

Étude NMG sur l'assurance-vie individuelle au Canada

Rapport partenaires Insights

Juin 2023

À propos de NMG et de l'étude

NMG Consulting

- NMG Consulting est une boutique de conseil en stratégie multinationale spécialisée dans les industries de l'assurance et de la gestion d'actifs
- Fondée à Singapour en 1992, NMG Consulting a établi des bureaux principaux à Sydney, Toronto, New York, Londres et Singapour



ASSURANCE



LA GESTION
D'ACTIFS



GESTION DE
PATRIMOINE



CONSEIL



CONNAISSANCES

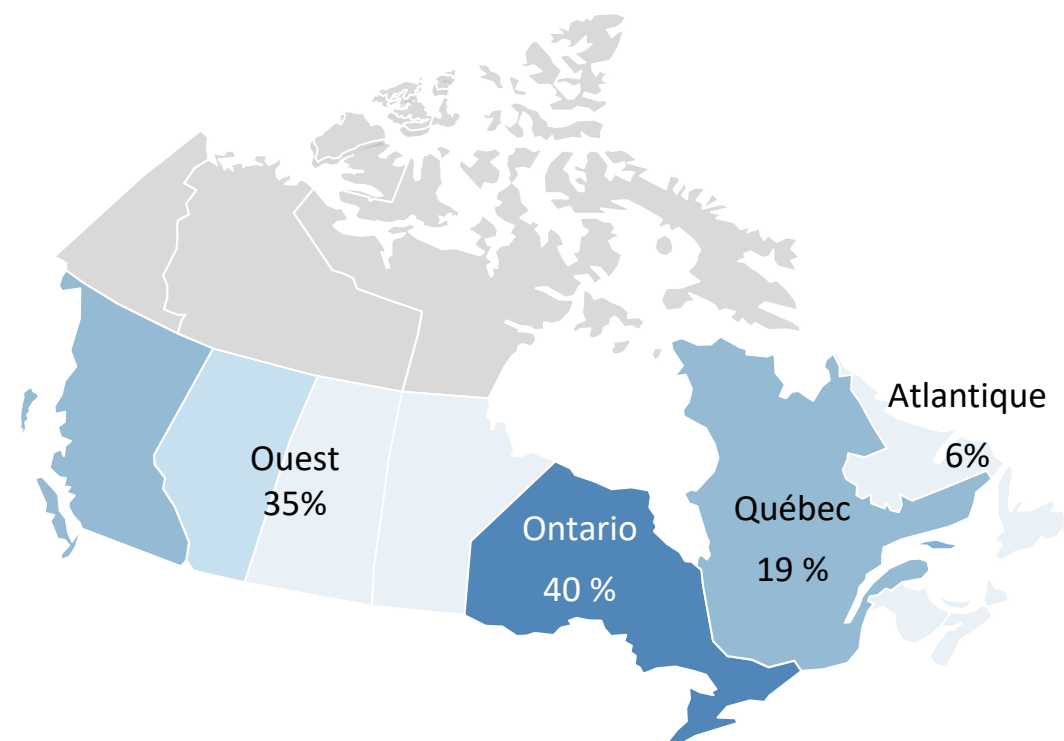


ANALYSE DE
DONNÉES

Aperçu de l'étude

- Il s'agit du 2^e cycle annuel de l'étude canadienne sur l'assurance-vie individuelle de NMG
- Commentaires reçus proviennent de 394 intermédiaires de distributeurs clés à travers le marché
- L'objectif de ce rapport est de partager les résultats avec nos partenaires *Insights* sur:
 - Les principaux défis de l'industrie
 - Les tendances qui façonnent l'industrie de l'assurance-vie individuelle
 - Le positionnement concurrentiel de divers assureurs

L'étude canadienne sur l'assurance-vie individuelle de NMG couvre 394 conseillers spécialisés en assurance-vie à travers le pays



Le marché canadien de l'assurance individuelle



Les tendances de l'industrie

- Au cours des 12 derniers mois, les produits d'assurance-vie ont contribué à plus de vente comparativement aux produits d'assurance de protection du vivant, en particulier l'assurance-vie entière. Les conseillers sont les plus optimistes quant à la croissance future des ventes d'assurance-vie temporaire et d'assurance-vie entière.
- Servir les clients existants, acquérir des nouveaux clients et faire face aux défis des conseillers automatisés (robo) sont les principaux défis pour les conseillers
- **Les assureurs ont eu du mal à répondre aux besoins des clients en matière de services administratifs et opérationnels.** Les domaines d'amélioration notables incluent les temps de réponse aux demandes de renseignements et une plus grande transparence liée aux processus d'assurance



Performance des assureurs

- **Manuvie, Sun Life et Canada-Vie** continuent de dominer le marché en termes de force de leur marque
- **L'Empire Vie** est à la tête du marché pour leurs capacités de grossiste, la facilité des demandes d'assurance en ligne et le service commercial en vigueur aux conseillers, soutenus par leur force en matière d'assurance-vie temporaire
- **L'Industrielle Alliance** détient une avance à l'échelle de l'industrie en matière d'innovation, car elle a été reconnue pour sa plateforme conviviale. Ils sont bien positionnés en terme de capacités de souscription et services de support aux conseillers existants



Dynamique des produits

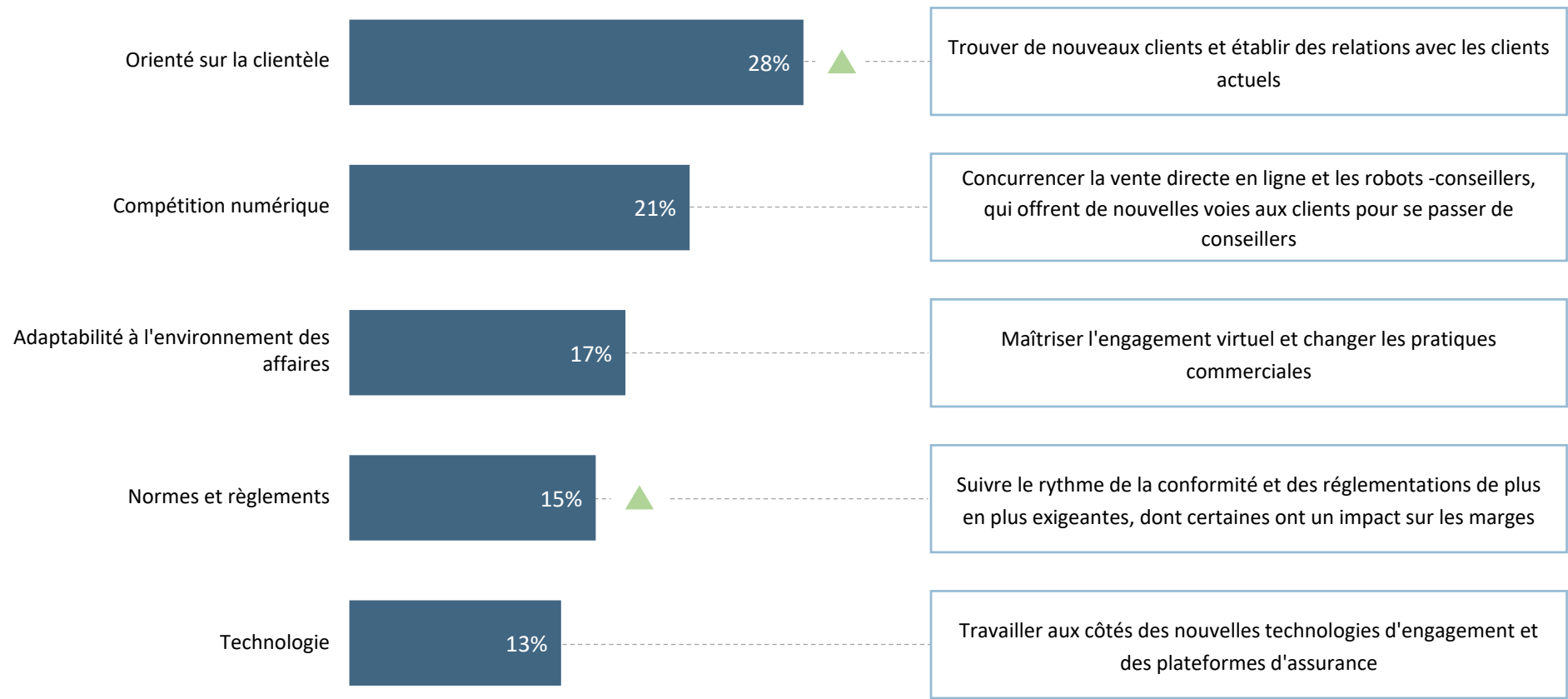
- La flexibilité des produits et la facilité de faire des affaires (liées aux demandes en ligne et à l'efficacité de la souscription) sont les facteurs les plus puissants, outre le prix, pour la **vente de produits d'assurance-vie temporaire**
- Les clients apprécient l'amélioration de l'échelle de dividendes et des valeurs de rachat des assureurs offrant **des produits d'assurance vie entière**
- Les conseillers recherchent des définitions solides pour les maladies, des garanties de remboursement de primes et des produits supplémentaire, telles que des avenants pour la protection des enfants ou pour les **maladies graves**
- RBC Assurances domine **les produits d'invalidité** en raison de leurs nouveaux processus opérationnels efficaces et de l'étendue des produits offerts

La croissance et le maintien d'une base de clients face aux solutions d'assurance numériques sont parmi les principaux défis des conseillers



Les plus grands défis auxquels sont confrontés les conseillers dans l'industrie de l'assurance vie individuelle (Dans les prochaines 1 à 3 années)
(% de répondants, 5 défis principaux)

Répartition des défis

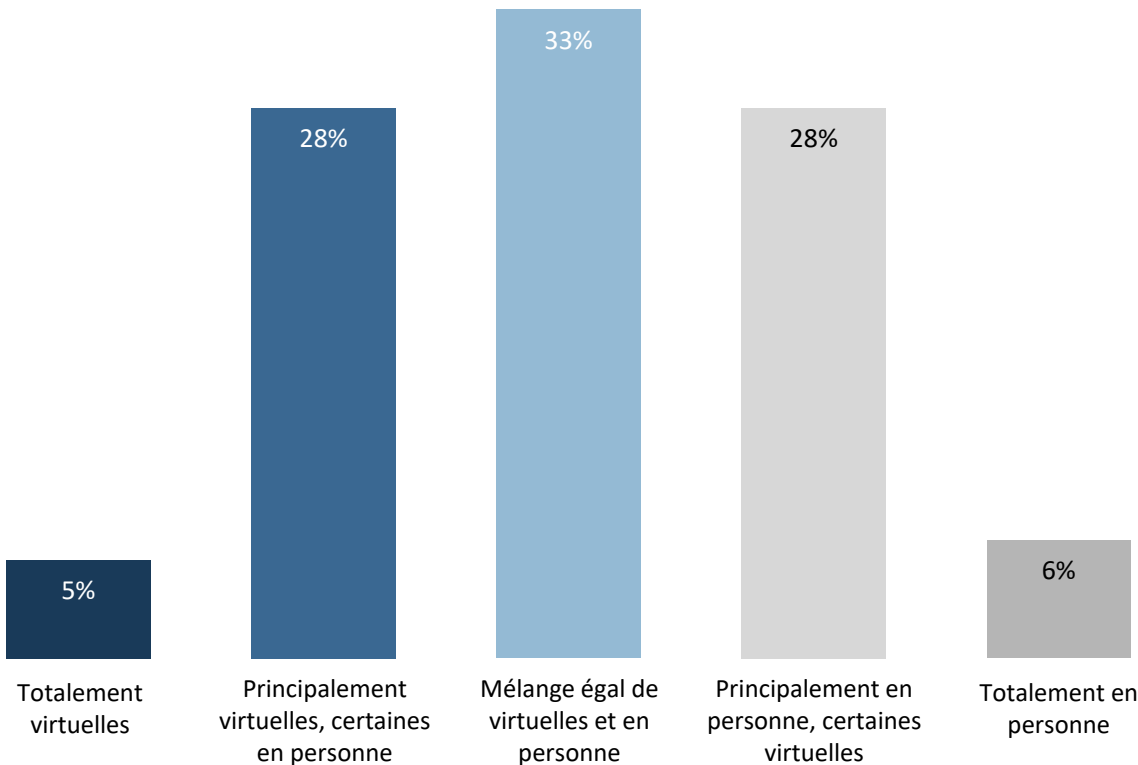


- Les conseillers considèrent les services à leurs clients existants comme la priorité absolue, tandis que l'acquisition de clients est un autre défi au cours des 1 à 3 prochaines années
- La concurrence féroce du secteur des solutions numériques et des conseils robotisés est une priorité pour les conseillers au Canada, motivés par la crainte que les clients préfèrent la rapidité des fournisseurs en ligne
- En plus d'un environnement commercial en évolution rapide, les réglementations sur le découpage des marges sont un sujet de préoccupation pour un petit groupe de conseillers

Note: les % indiquent la proportion de répondants pour chaque défi auquel est confrontée l'industrie de l'assurance individuelle (assureurs et conseillers) au cours des 1 à 3 prochaines années. Les flèches vertes indiquent une croissance de ce facteur par rapport à l'année précédente.

Deux conseillers sur trois s'attendent à ce que l'engagement en personne avec leurs clients et prospects soit plus important ou égal comparé aux outils virtuels

Perspectives du futur modèle d'engagement
À quoi ressembleront, selon les conseillers, les réunions avec leurs clients et prospects



« Il y a quelque chose à dire pour la touche personnelle. »
CNA , Ontario

« Trouver une combinaison solide d'égalité et en personne est extrêmement efficace à l'avenir. La façon dont l'avenir est principalement virtuel, et certains en personne. Parfois, vous avez besoin de réunions en personne, et parfois vous avez besoin de gagner du temps. »
ASI, Ontario

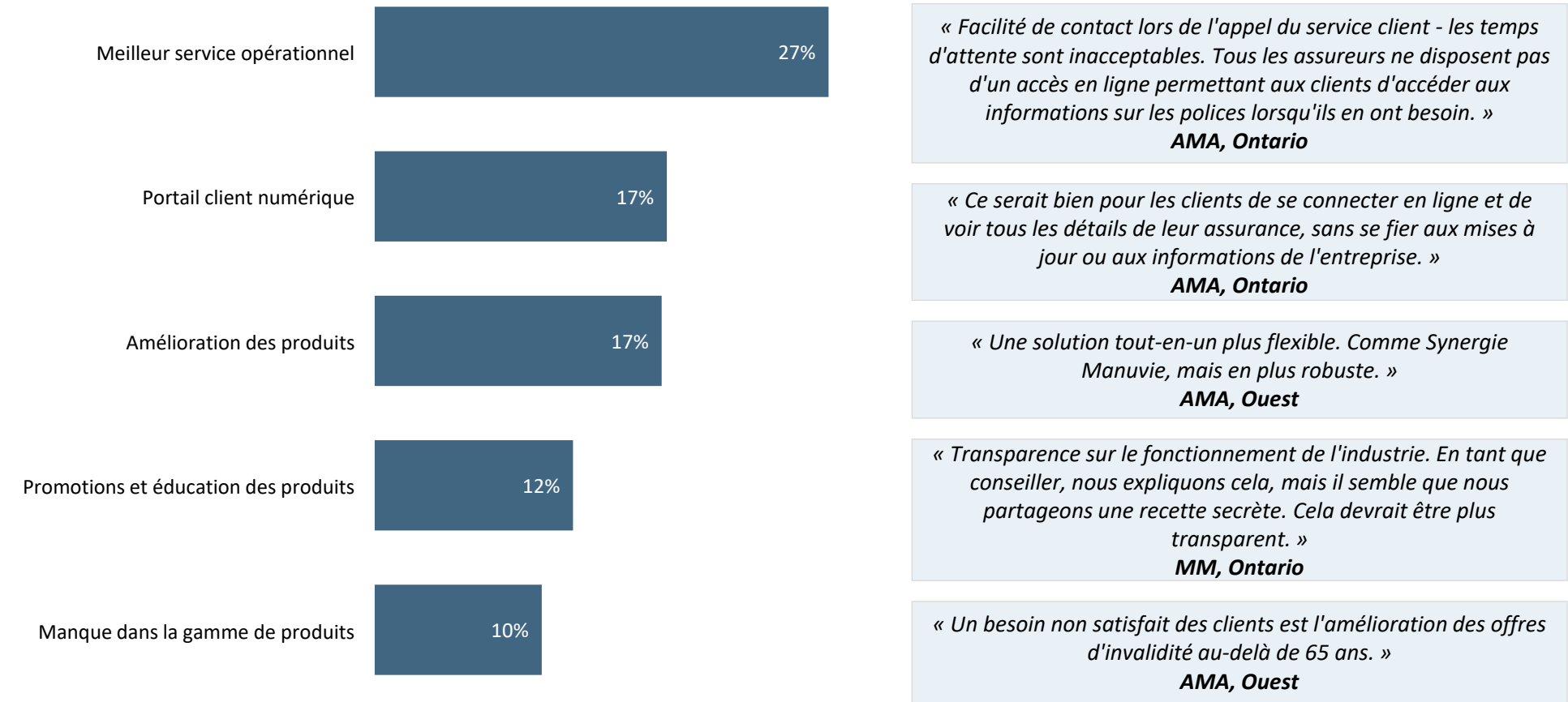
« Je pense que nous devons revenir à davantage de réunions en personne et établir un lien plus fort avec les clients. Bien que les interactions non en face à face soient excellentes dans certains cas, pour les nouveaux prospects, vous ne pouvez pas remplacer cette interaction en face à face. »
MGA, Atlantique

- Un sur trois préfère une approche équilibrée entre les réunions virtuelles et en personne, tandis qu'un autre tiers valorise le plus les interactions personnelles, en particulier pour développer de nouvelles relations
- Lorsqu'il s'agit de rencontrer des clients et des prospects, l'appétit des conseillers pour utiliser des engagements virtuels persiste

Les conseillers estiment que le service en vigueur au client final est au centre des besoins des clients non livrés, ainsi que la fourniture d'un portail client en ligne



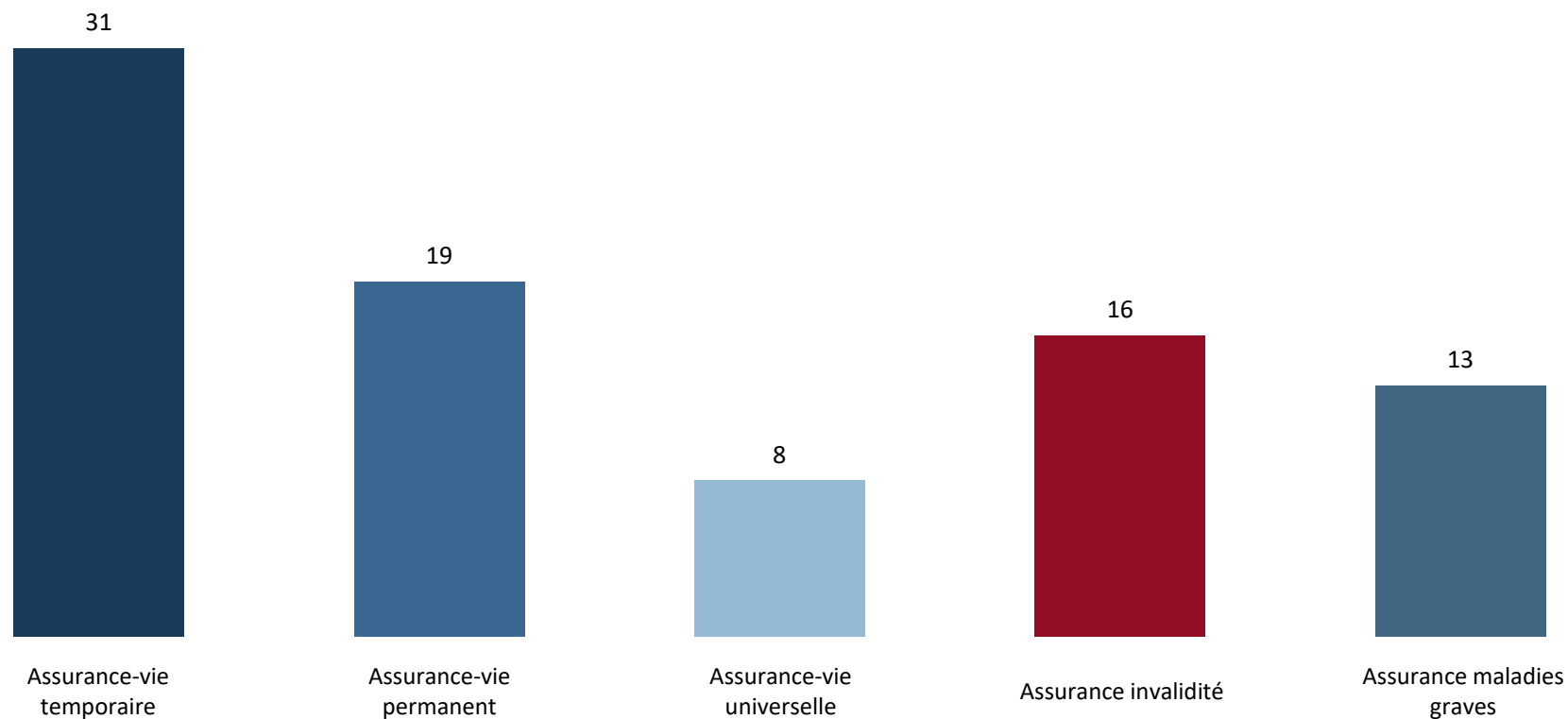
Besoins non satisfaits des clients par les assureurs



- Le service opérationnel a dominé en tant que besoin non satisfait des assureurs sur le marché. Cela comprenait la réponse aux demandes des clients et la transparence du processus d'assurance de bout en bout (nouvelles affaires, souscription, en vigueur et réclamations)
- Les conseillers ont également exprimé le besoin d'un portail client numérique pour leurs clients, avec un accès aux détails de la police, aux fichiers clés et à des capacités d'ajustement de plan faciles.

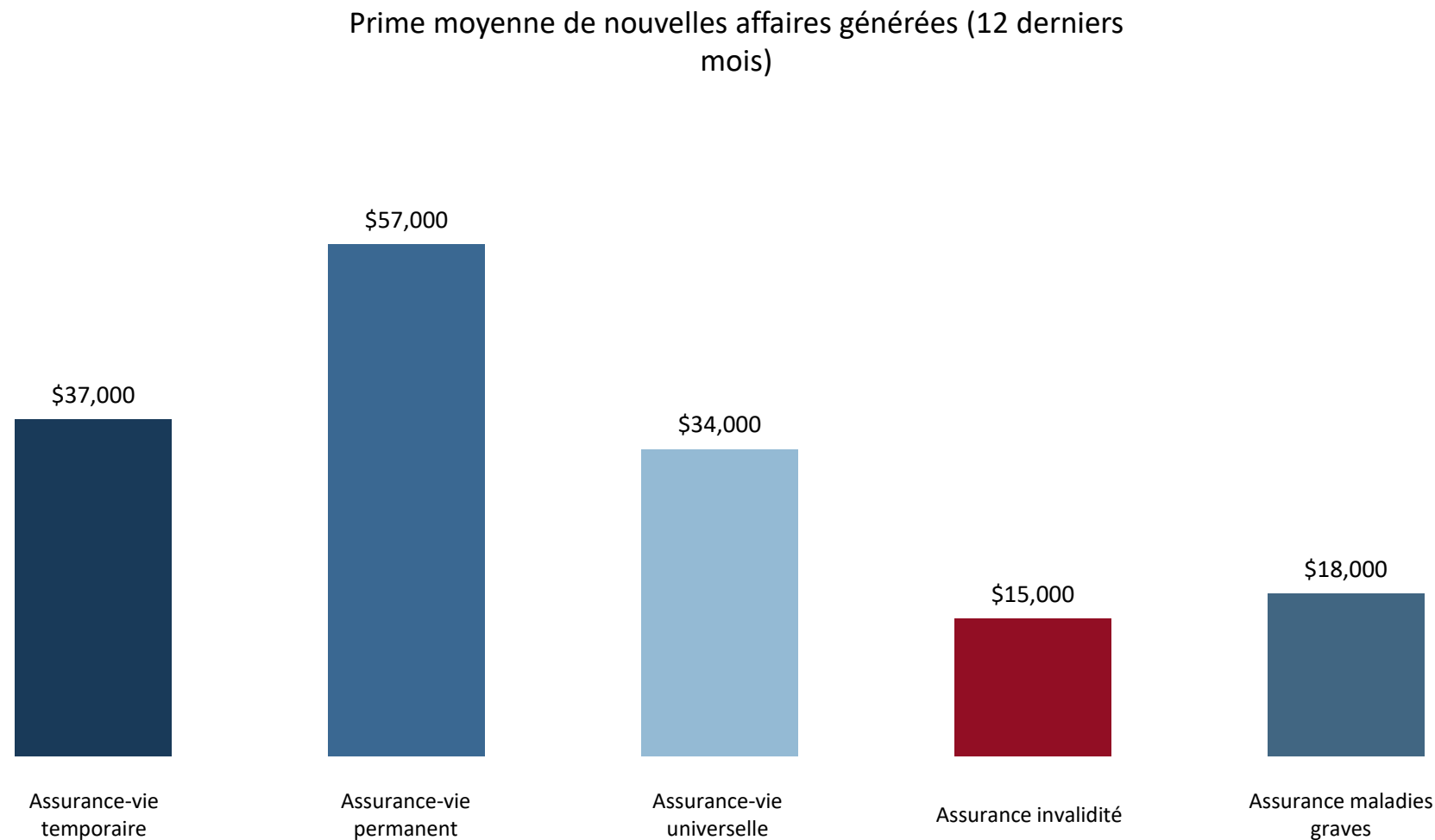
Les conseillers ont vendu plus de polices d'assurance vie temporaire au cours des 12 derniers mois que tout autre produit

Nombre moyen de nouvelles polices vendues (12 derniers mois)



- Les produits d'assurance-vie temporaire ont été le plus souvent vendus par des intermédiaires canadiens au cours des 12 derniers mois, suivis par les produits d'assurance-vie entière
- En ce qui concerne les prestations du vivant, le nombre de nouvelles polices vendues était égal entre les produits invalidité et maladies graves
- Les produits d'assurance vie universelle ont été les moins vendus au cours des 12 derniers mois

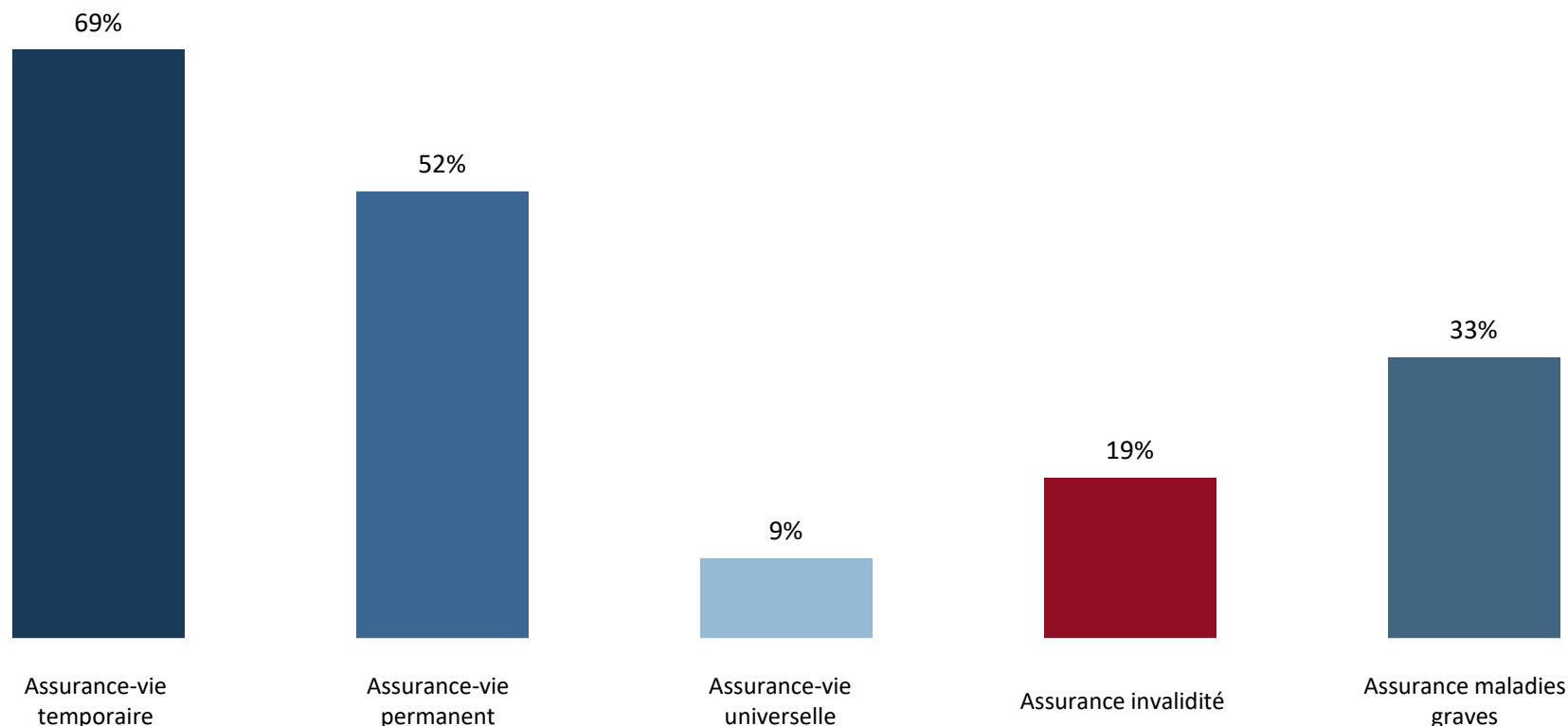
Les produits d'assurance vie entière ont généré la prime moyenne la plus élevée pour les nouveaux contrats pour les conseillers au cours de l'année écoulée



- En moyenne, les polices d'assurance vie entière ont contribué aux primes totales des nouvelles affaires les plus élevées au cours des 12 derniers mois
- Malgré un nombre plus élevé de souscriptions de polices, la baisse des primes mensuelles d'assurance-vie temporaire a entraîné une baisse des primes totales
- Les polices d'assurance-vie universelle ont généré des primes élevées, ce qui a entraîné des primes annuelles comparables à celles de l'assurance-vie temporaire, malgré un nombre nettement inférieur de polices vendues

Les conseillers s'attendent à ce que l'assurance-vie entière et temporaire stimulent la croissance des ventes à court terme, suivis par l'assurance maladies graves

Futurs moteurs de croissance des ventes (% des répondants)



- Les prévisions de ventes futures sont optimistes, plus de la moitié des intermédiaires prévoient une augmentation au cours des 12 prochains mois, en particulier pour les produits d'assurance vie temporaire et d'assurance vie entière
- Un conseiller sur trois croit que les produits contre les maladies graves généreront le plus de ventes au cours des 12 prochains mois
- Les produits d'invalidité et d'assurance vie universelle devraient générer le moins de croissance des ventes

Manuvie, Sun Life et Canada-Vie se distinguent par leur marque tandis que l'Empire Vie, RBC Assurances et iA se différencient par leur capacité de grossiste et d'innovation



Top 3 fournisseurs classés selon des facteurs de performance clés

Sélectionné les facteurs de performance clés

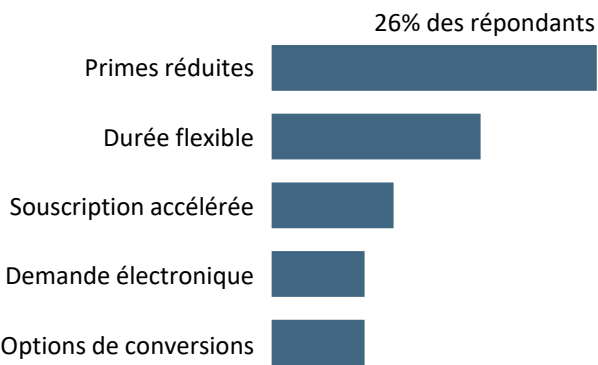
			
Force de la marque	Manuvie	vie du soleil	Canada-Vie
Capacité de grossiste	Empire Vie	RBC Assurances	Canada-Vie
Innovation	iA	Empire Vie	Manuvie
Facilité de la demande de nouvelle affaire en ligne	Empire Vie	Forestiers	Vie Équitable
Efficacité de la souscription & communication	Forestiers	iA	Empire Vie
Service aux polices en vigueur aux conseillers	Empire Vie	iA	Forestiers

- Ce tableau met en évidence les assureurs qui investissent dans les capacités. Le fournisseur le mieux classé, par les intermédiaires, avait la note de performance la plus élevée pour ce facteur
- Manuvie, Sun Life et Canada-Vie dominent avec les marques les plus solides sur le marché canadien de l'assurance-vie individuelle
- L'Empire Vie se classe au premier rang pour plusieurs facteurs commerciaux, soutenus par leur capacité de grossiste, la facilité du processus de demande de nouvelles affaires en ligne et le service aux polices en vigueur aux conseillers.
- L'Industrielle Alliance est reconnue pour son innovation et son service d'arrière-plan en matière de souscription et de service aux polices en vigueur aux conseillers

Les assureurs se différencient sur les options de conversion et les offres flexibles; les applications électroniques transparentes aident à gagner du temps grâce à leur efficacité

Produits notables appréciés par les clients et stimulant les ventes (12 derniers mois)

Vie temporaire

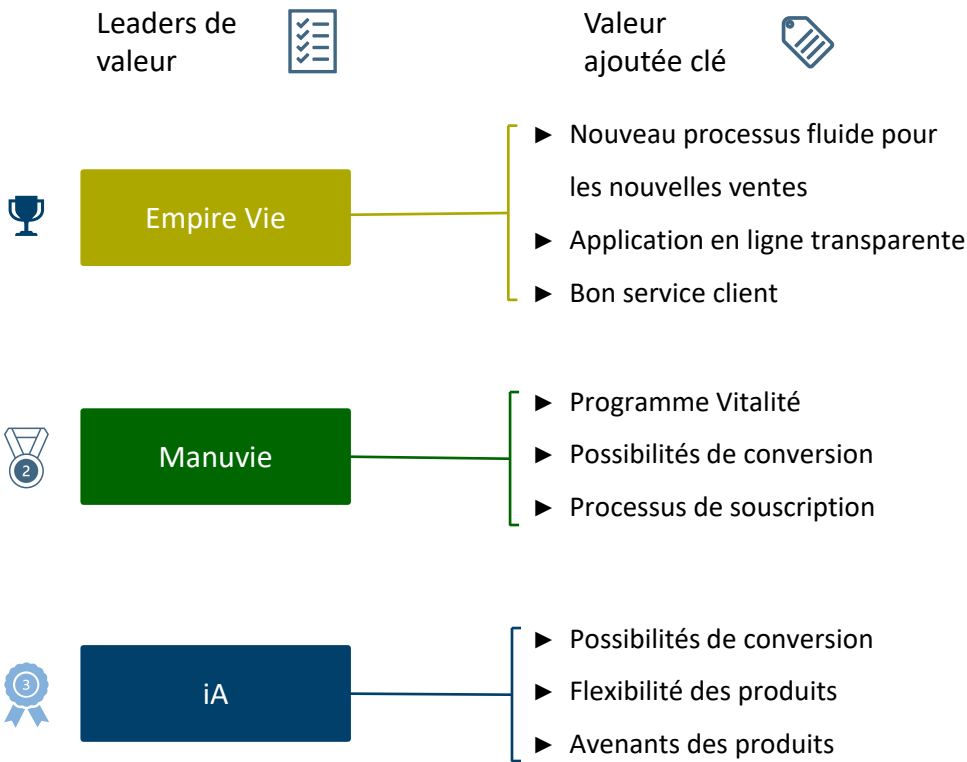


« J'ai remarqué que les primes d'assurance vie temporaire deviennent de plus en plus compétitives, ce qui est une bonne tendance. »
MGA/AGA , Ouest

« La flexibilité de fixer votre propre durée gagne en popularité. »
CNA, Ontario

Différenciation des capacités des produits de l'assureur (vie temporaire)

Top 3 des assureurs selon la valeur perçue de l'offre

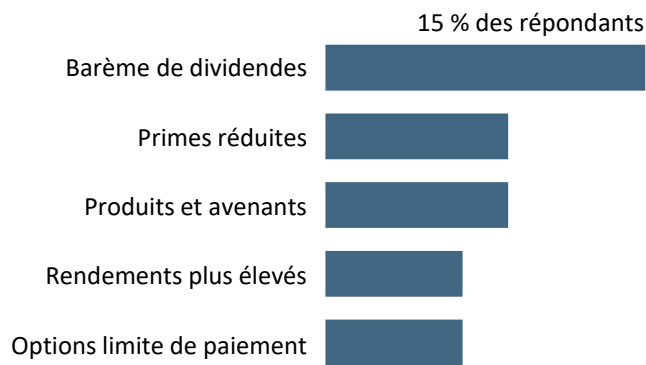


- ▶ Au cours des 12 derniers mois, les conseillers ont apprécié les primes de plus en plus basses sur les polices d'assurance temporaire
- ▶ L'Empire Vie est fortement perçue partout au Canada pour son offre d'assurance-vie temporaire, leader sur le plan de la valeur concurrentielle. Ils se démarquent par leur processus de demande en ligne
- ▶ Manuvie est reconnue pour sa solidité en matière d'assurance-vie temporaire grâce au programme Vitalité et aux options de conversion flexibles
- ▶ Les options de conversion de l'Industrielle Alliance sont bien reconnues, ainsi que la flexibilité de leurs produits et les avenants offerts

Les conseillers ont indiqué que l'amélioration des valeurs de rachat et des dividendes est appréciée par leurs clients à la recherche de polices d'assurance vie entière

Produits notables appréciés par les clients et stimulant les ventes (12 derniers mois)

Toute la vie

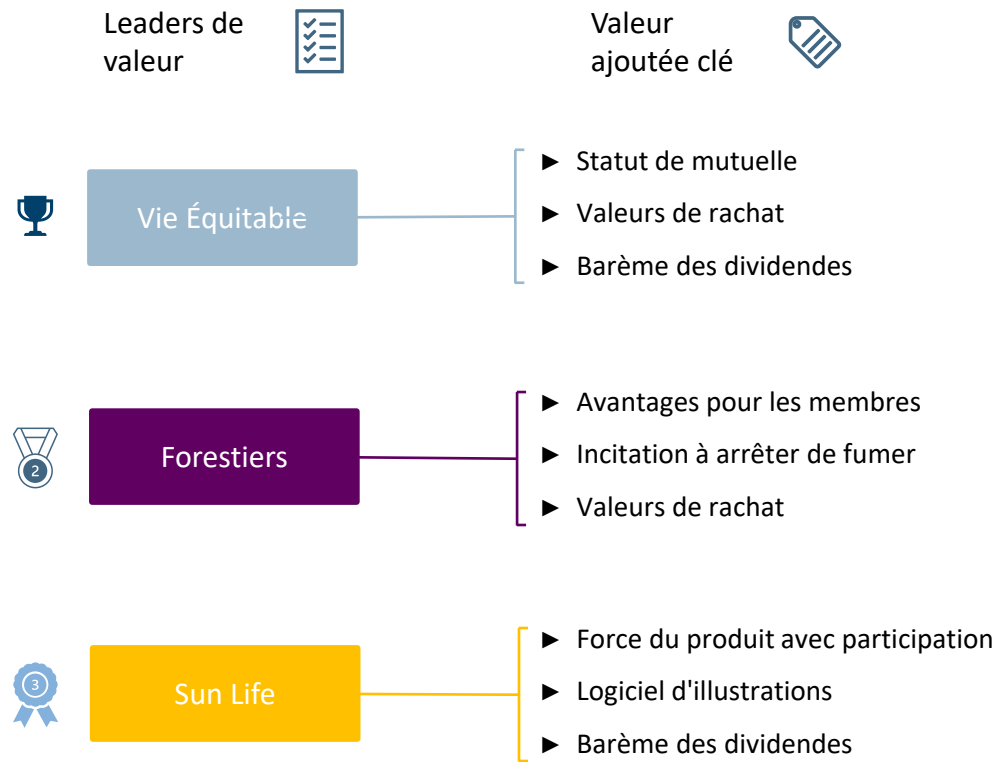


« Recevoir des dividendes et constituer une valeur de rachat a été bénéfique pour les jeunes parents qui achètent l'assurance vie permanente pour leurs enfants en bas âge. »
MGA, Ouest

« Les options de rémunération limitées sont plus difficiles à trouver dans l'industrie. »
MGA, Ouest

Différenciation des capacités des produits de l'assureur (vie entière)

Top 3 assureurs selon la valeur perçue de l'offre



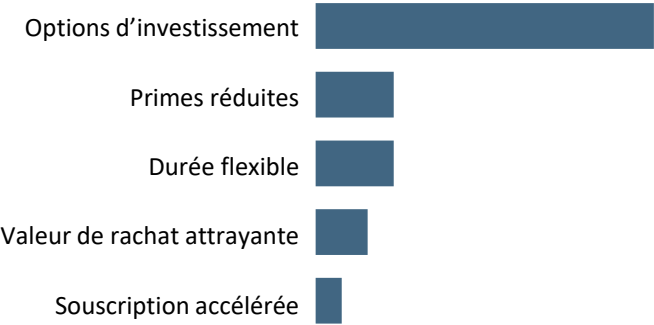
- ▶ Vie Équitable et Forestiers jouissent d'une bonne réputation dans leur offre d'assurance vie entière. Vie Équitable est reconnue pour son statut de mutuelle et son barème des dividendes
- ▶ Les avantages uniques de Forestiers pour les membres et l'incitation à cesser de fumer sont des éléments clés de leur proposition de valeur pour toute la vie
- ▶ Les produits d'assurance vie entière de la Sun Life, bien que souvent plus chers, offrent une valeur immense grâce à leur offre solide de fonds de participation. Leur logiciel d'illustration est également facile à utiliser avec les clients

Les conseillers notent qu'un large éventail d'options de placement constitue l'option la plus en demande pour les fournisseurs d'assurance-vie universelle

Produits notables appréciés par les clients et stimulant les ventes (12 derniers mois)

Vie universelle

35 % des répondants

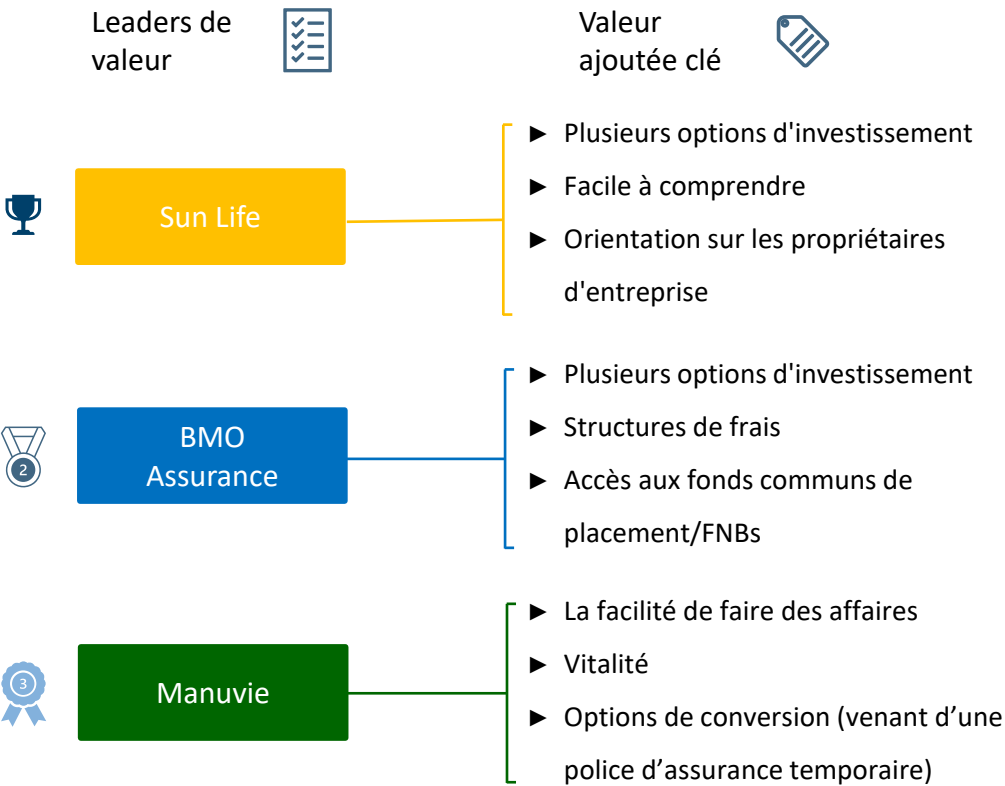


« Ajout d'options de portefeuille et diminution des montants minimaux. »
MGA, Atlantique

« Il y a maintenant plus de choix d'investissement, y compris les FNBs. »
ISA, Ouest

Différenciation des capacités des produits d'assurance (vie universelle)

Top 3 des assureurs selon la valeur perçue de l'offre

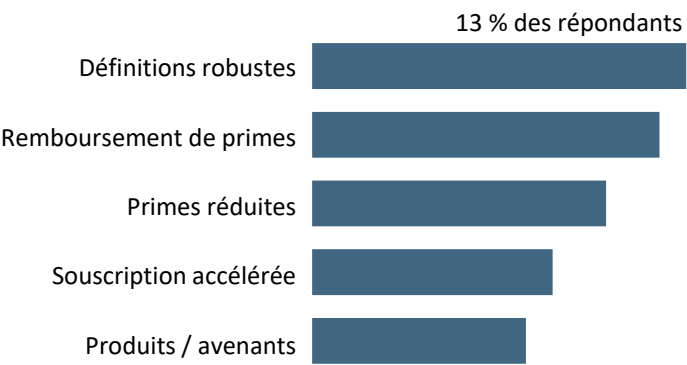


- ▶ Les conseillers citent qu'un large éventail d'options de placement est un indicateur de valeur clé pour les produits d'assurance-vie universelle
- ▶ L'offre universelle de la Sun Life est reconnue pour sa simplicité et sa facilité de compréhension, ainsi que pour l'étendue des options de placement
- ▶ Les options de placement de BMO Assurance sont également citées comme des domaines à valeur ajoutée clés, jumelées à leur vaste expertise en gestion d'actifs.
- ▶ L'ajout récent de Vitalité à leur gamme de produits d'assurance vie universelle renforce la position de Manuvie dans l'industrie

Les définitions robustes, le remboursement des primes et les options comme les avenants pour enfants sont les plus demandés pour l'assurance maladies graves

Produits notables appréciés par les clients et stimulant les ventes (12 derniers mois)

Maladie critique

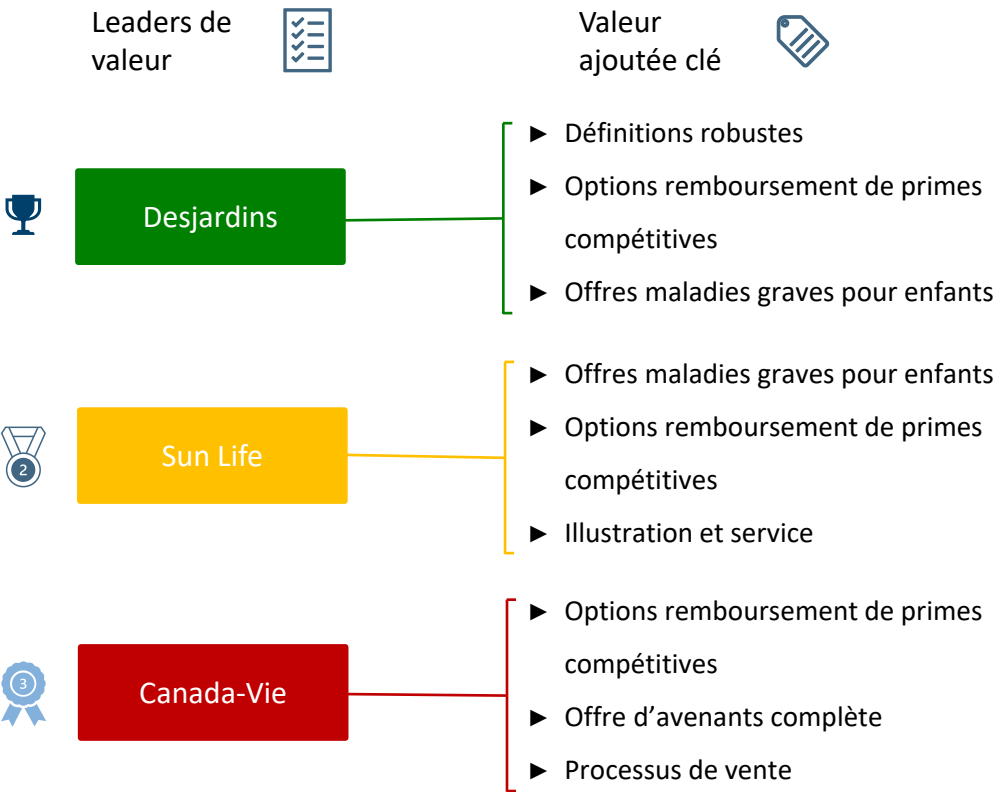


« Plus de flexibilité. Meilleure compréhension des définitions de maladie et des options de paiement partiel. »
MGA , Atlantique

« Une façon de protéger son épargne en cas de maladie grave. Si les clients ont un avenant remboursement de primes, c'est une façon de protéger leur risque. »
MGA/ISA , Ontario

Différenciation des capacités des produits d'assurance (maladie grave)

Top 3 des assureurs selon la valeur perçue de l'offre



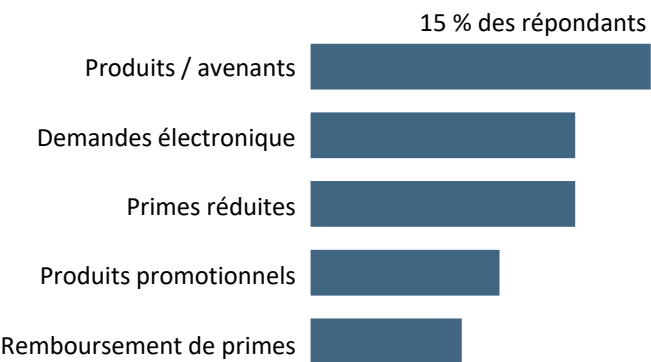
- ▶ Parmi les principaux fournisseurs d'assurance maladies graves, les offres de produits pour enfants sont citées comme une forte valeur ajoutée. Des définitions de maladie solides sont une caractéristique de produit de premier plan pour les conseillers
- ▶ Desjardins est le chef de file du marché canadien pour la protection pour les maladies graves en termes de compétitivité de leur valeur, en raison de leurs définitions solides de maladies
- ▶ Les valeurs ajoutées de la Sun Life comprennent leurs offres de maladies graves pour enfants, ainsi que des illustrations détaillées des produits et des services
- ▶ Une gamme complète d'options d'avenants de la Canada Vie est considérée comme un différenciateur en terme de valeur ajoutée

RBC Assurances fait preuve de leadership en matière de produits d'assurance invalidité au Canada grâce à de nouveaux processus de vente efficaces, à de nouveaux logiciels et à une vaste gamme de produits



Produits notables appréciés par les clients et stimulant les ventes (12 derniers mois)

Invalidité

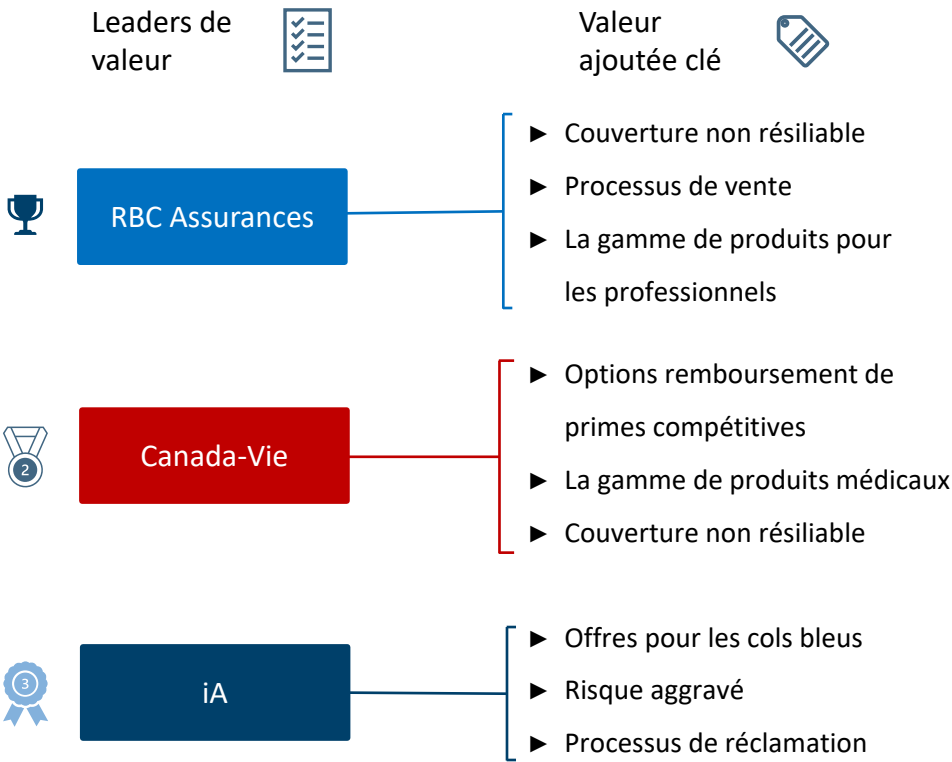


« L'invalidité coûte cher si vous ne faites jamais de réclamation. L'option remboursement de primes réduit le risque et tourne la discussion vers du gagnant/gagnant. »
AGA , Ouest

« Les options supplémentaires payées ont suscité un réel intérêt pour les clients, ce qui agit comme un avenant d'inflation. »
MGA , Ontario

Différenciation des capacités des produits d'assurance (invalidité)

Top 3 des assureurs selon la valeur perçue de l'offre



- ▶ Les caractéristiques des produits et les avenants sont notés par les conseillers au cours de la dernière année comme un domaine de valeur ajoutée pour les produits d'invalidité
- ▶ Les offres de marché ciblées sont un différenciateur partagé par les assureurs, ciblant les propriétaires d'entreprise, les médecins ou les produits axés sur les cols bleus
- ▶ RBC Assurances se démarque dans le marché de l'assurance invalidité par sa vaste gamme de produits offerts
- ▶ La Canada-Vie est reconnue pour ses options concurrentielles de remboursement des primes et son offre de produits pour les médecins
- ▶ L'accent mis par l'Industrielle Alliance sur les cols bleus est noté positivement par les conseillers ainsi que leur processus de réclamation

Contactez-nous pour plus d'informations

À propos de NMG Consulting

NMG Consulting est un cabinet de conseil mondial de premier plan axé sur les marchés de l'assurance, de la réassurance, de la retraite/prévoyance et de la gestion d'actifs. Nous apportons une approche unique pour intégrer le conseil, les informations et l'analyse des données.

Les programmes de conseil fondés sur des données de NMG impliquent des entretiens avec des experts leaders du secteur, des clients et des intermédiaires de premier plan comme base pour analyser les tendances du secteur, le positionnement concurrentiel et les capacités. NMG développe et gère plusieurs programmes mondiaux de premier plan couvrant des éléments clés des secteurs de l'assurance et de l'investissement.

Des programmes établis existent également sur les marchés sous-jacents de l'assurance et du patrimoine au Canada : assurances collectives canadiennes, régimes de retraite collectifs canadiens et assurance-vie individuelle canadienne. Nos perspectives et analyses sont reconstruites chaque année.



Karan Sabharwal

Associé

► Karan.Sabharwal@NMG-Group.com



Andrew Carrique

Conseiller sénior

► Andrew.Carrique@NMG-Group.com



Sherry Niu

Conseillère séniore

► Sherry.Niu@NMG-Group.com



Rohan Roychoudhury

Analyste

► Rohan.Roychoudhury@NMG-Group.com



Merci

Pour plus d'informations,
rendez-vous sur www.nmg-consulting.com

