

Image des bancassureurs 2010

<http://pro.news-assurances.com/blog/le-credit-agricole-assurance-arrive-en-tete-du-barometre-les-francais-l%E2%80%99assurance-et-la-banque/016925661>

Le Crédit Agricole Assurance arrive en tête du baromètre « Les Français, l'assurance et la banque »

Publié par Eric Vendin le 11 décembre 2009

[Reagir](#)

00

Noter



Le baromètre « Les Français, l'assurance et la banque », réalisé par Opinion Way et L'Argus de l'assurance, place le Crédit Agricole en tête du classement des assureurs, compagnies d'assurance et bancassureurs.

Ce baromètre, réalisé pour la première fois, se base sur trois critères pour élaborer son classement : la notoriété, l'image et l'attrait des produits.

Placé en première position, le Crédit Agricole se distingue notamment par son image de marque, où il occupe les devants en matière de proximité et de rapport qualité/prix. Il est également dans le peloton de tête pour ce qui est de la confiance de ses clients et de la sensibilité sociale et environnementale.

L'image de la bancassurance a nettement gagné du terrain en 2009 au détriment des assureurs traditionnels et des mutuelles, dans un contexte marqué par la crise économique.

Les banques gagnent du terrain sur le marché de l'assurance (étude)

Publié par Thierry Gouby le 21 janvier 2010

[Reagir](#)

00

Noter



Les banques en France devraient continuer à s'engouffrer dans le marché de l'assurance, selon une étude du cabinet d'analyses Precepta, filiale du français Xerfi, publiée jeudi.

« Il ne fait aucun doute que les banques continueront à grignoter des parts de marché aux réseaux traditionnels sur les marchés de l'assurance », prévoit cette étude. « Les rythmes de progression affichés par la quasi-totalité d'entre elles en dommages aux particuliers (...) attestent de cette montée en puissance », ajoute-t-elle.

Mises à part les « deux pionnières », Crédit-Mutuel et le Crédit agricole, qui possèdent plus de 30% de clients ayant contracté au minimum un contrat dommages, « la bancassurance non-vie demeure encore à ce jour une activité émergente » précise toutefois l'étude. L'étude relève également que la promesse de valeur ajoutée portée par la bancassurance reste encore « trop immatérielle », et que la perception de l'intérêt de la bancassurance côté client « reste confuse ». La mise en pratique de la bancassurance reste, selon cette étude, encore « peu lisible pour un client qui reste peu concerné par les enjeux techniques ».

Paris, 21 jan 2010 (AFP)