



L'analyse de Rémi Villiers-Moriamé,
président d'Euroland Consulting

Les assureurs de plain-pied dans le développement durable

La multiplication d'actions écocitoyennes et le développement de garanties spécifiques sont autant de signes tangibles de l'implication croissante des assureurs dans le développement durable.

Le secteur de l'assurance évolue. Il y a une réelle prise de conscience et un début de maturité de ses acteurs sur les pratiques professionnelles liées au développement durable. C'est ce qui ressort d'une enquête conduite par Euroland Consulting auprès d'acteurs du secteur de l'assurance (mutuelles, mutuelles d'assurance, instituts de retraite et de prévoyance, assureurs, bancassureurs), au premier semestre 2009 ⁽¹⁾.

Le premier signe de cette maturité est l'engagement d'une réflexion sur le sujet, d'abord au sein des entreprises elles-mêmes, depuis plusieurs années pour certaines, puis, à

l'initiative des instances représentatives de la profession, par la publication début 2009 d'une charte sur le développement durable dans l'assurance. Vient ensuite le développement d'actions concrètes. En effet, comme beaucoup d'entreprises, les assureurs, mutuelles et IRP multiplient les gestes « écocitoyens ». Ces premiers pas commencent à être complétés par des actions plus spécifiques, telles que le développement de produits financiers socialement responsables, des garanties de bonnes fins de travaux de rénovation énergétique, des réductions sur l'assurance auto en cas d'utilisation des transports en commun et/ou du vélo, ou encore un certain nombre d'actions de prévention (santé, sécurité routière...). Ces signes se retrouvent au sein même du management de l'entreprise par l'intégration du développement au plan stratégique et sa prise en compte dans le reporting, ce qui est révé-

lateur de l'implication du top management.

Tous les acteurs n'ont pas, évidemment, le même degré de maturité. Mais on relève une conscience générale du rôle que peut jouer le développement durable dans l'image de marque des entreprises, comme facteur fédérateur vis-à-vis des collaborateurs, et, de plus en plus, comme élément entrant dans la conception des produits et des tarifs.

DES FREINS SUBSISTENT

Qu'ils se soient engagés ou non dans des actions de développement durable, la plupart des acteurs de l'assurance s'accordent à penser que les comportements socialement responsables vont s'accroître et se généraliser dans le secteur de l'assurance. Pour eux, les principaux freins au développement durable sont la banalisation du concept, une trop forte orientation des marchés vers le court terme et/ou une difficulté à traduire la démar-

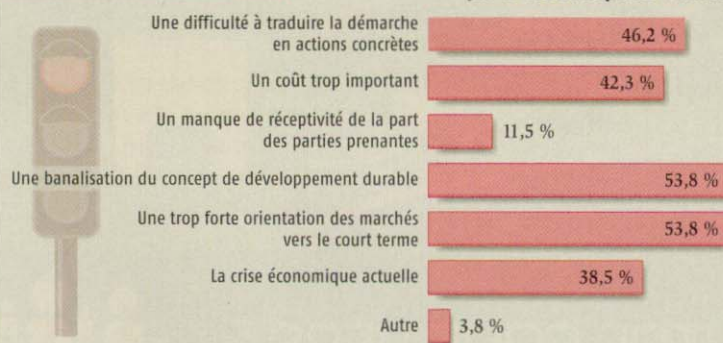
che en actions concrètes. Concernant ce dernier frein, il est intéressant de noter qu'il est surtout mentionné par ceux qui ne se sont pas encore engagés, et peu par ceux qui sont passés à l'action. Cela nous amène à considérer que la « difficulté à traduire la démarche en actions concrètes » est avant tout psychologique. En revanche, la diffusion des bonnes pratiques, les contraintes réglementaires, la prise de conscience sociale croissante et l'urgence environnementale sont autant de moteurs susceptibles de favoriser l'essor du développement durable. Dans le passé, le secteur de l'assurance, dont les prestations immédiates sont immatérielles, a peut-être pris un temps de retard sur des secteurs consommateurs de matières premières et générateurs de déchets ou de pollution. Cette première édition de notre baromètre montre une évolution certaine qui ne devrait que s'amplifier dans les années à venir, d'une part parce que le champ d'application du développement durable s'élargit pour inclure des critères de gouvernance et de responsabilité sociale ou sociétale, et d'autre part parce que les cycles de l'assurance sont fondamentalement de long terme. •

(1) Pour plus de détail sur l'étude : contact@eurolandconsulting.com

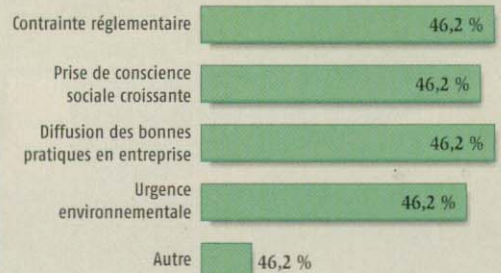
Les freins à son essor...

Le développement durable dans l'assurance

(en % des entreprises d'assurance interrogées)



... et les moteurs le favorisant



Source : Euroland Consulting