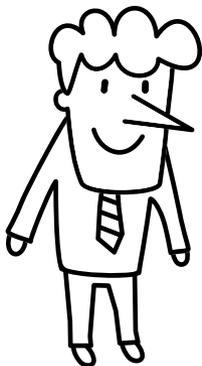


Thierry Scheur

Réussir

ses placements en assurance vie



parce qu'un placement de long terme
doit être mûrement réfléchi




RÉUSSIR SES PLACEMENTS EN ASSURANCE VIE



Parce qu'un placement de long terme
doit être mûrement réfléchi



Thierry Scheur

FRANEL
éditions

.....

Avertissement

Les analyses, les idées et les conseils de l'auteur expriment ses opinions personnelles, et n'engagent que lui, à l'exclusion de toute autre personne.

L'auteur et l'éditeur

Dans la même collection :

- Réussir la construction de sa maison individuelle
- Réussir son achat immobilier
- Réussir le montage de sa SCI
- Réussir sa retraite - 2^e édition
- Réussir sa vente en viager - 2^e édition
- Réussir son investissement en viager - 2^e édition
- Réussir ses placement à court terme
- Réussir un crédit immobilier
- Réussir ses placements à court terme
- Réussir son accompagnement patrimonial

© Éditions Arnaud Franel 2019

Tous droits réservés

ISBN : 9782896036615

Dépot légal : bibliothèque et archives nationales du Québec 2019

Bibliothèque de France 2019

Imprimé en novembre 2019 en FRance

Arnaud Franel Éditions Inc.

79 de Montmagny - Boucherville (Qc) 4B 4H9 - Canada Inc.

Arnaud Franel Éditions France

27-29, rue Raffet - 75016 Paris - Tél : 01 47 79 07 64 - Fax : 01 47 79 07 61

contact@arnaudfranel.com - www.sefi-arnaud-franel.com

 **SOMMAIRE**

Préface	7
Introduction	9
Les Français et l'assurance vie : une histoire, un avenir...	11
Le marché de l'assurance vie	17
À quels objectifs répond l'assurance vie ?	21
Les pré-requis en matière de connaissance pour un client	29
Quel mode de distribution choisir ? Les atouts et faiblesses de chacun	33
Les critères de choix de l'Assureur	39
Quelle allocation d'actifs financiers ?	43
La sélection du fonds en euros	51
Les diverses options sur les contrats	59

La transparence et la vérité des frais	65
Le parcours client et le positionnement du contrat	71
L'avenir promis ou attendu de l'assurance vie	79
Annexes	83
Glossaire	87
Index des tableaux et schémas	93
Bibliographie	94

 **PRÉFACE**

« Le problème avec les gens qui travaillent dans la finance, c'est qu'ils considèrent que rien au monde n'est plus important que leurs affaires. » Cette phrase de Jonathan Tropper est l'antithèse du portrait que je pourrais faire de l'auteur.

Entêté par l'innovation et sans cesse animé par le désir de transmettre, il assouvit ici sa soif de partage dans votre seul intérêt : pouvoir faire le meilleur choix en prenant le contrôle de vos décisions !

Économiste de formation, le monde de l'assurance vie a rempli sa vie professionnelle. Il a assumé la direction commerciale de plateformes de distribution. Parfois homme du marketing, il a aussi contribué à la conception de nombreux produits ou encore accompagné la création de trois start up en assurance vie.

Placement préféré des Français – nouvel ouvrage sur l'assurance vie ! N'y aurait-il pas une erreur ? Mais que va-t-on m'apporter de plus que je ne connaisse déjà ? A la faveur de mon rôle à la présidence de Fidroit qui accompagne les professionnels du Patrimoine, je peux vous le dire, vous trouverez sous la plume de l'auteur un allié qui va soulever bon nombre de sujets qui n'étaient pas nécessairement perceptibles... avant la lecture attentive à laquelle vous allez vous ranger.

« Voileux », l'auteur vous fait naviguer de thème en thème et vous fait découvrir sous des angles bien souvent inaccessibles du grand public certaines dimensions qui influenceront vos choix en matière d'assurance vie.

Démonstration est faite par l'auteur que le produit devient accessoire. L'assurance vie, véritable boîte à outils, est certainement plus concernée encore que d'autres solutions d'investissement. Pour faciliter votre compréhension vous bénéficiez au terme des chapitres des « 5 idées force » à retenir.

Vous comprendrez en particulier que la réponse assurancielle qu'on met « à toutes les sauces » dépend du cycle de vie de son souscripteur. Vous pourrez mesurer aisément la différence entre savoir et compétence, et donc l'intérêt d'être accompagné. Nous nous retrouvons avec l'auteur sur l'erreur du « tout » digital dans notre activité.

Vous découvrirez certainement la richesse des fonds que peut contenir l'assurance vie comme le *private equity* qui interroge alors sur les choix de gestion à privilégier.

Et pour tous ceux qui voient dans le fonds en euros d'une compagnie la sécurité absolue, vous basculerez au contraire sur l'idée d'une véritable boîte noire !

Que dire alors des garanties, options, automatismes du contrat qui peuvent être de vrais « faux amis » ou quand le mieux est l'ennemi du bien...

Enfin, tous les frais visibles... ou non sont décortiqués. Cet effort de pédagogie rappelle cependant que le conseil a un prix.

Puis, comme pour parachever son travail, Thierry Scheur vous propose un parcours en 8 étapes pour optimiser vos décisions tout en portant son regard sur l'avenir de l'assurance vie comme une anticipation de vos prochains arbitrages patrimoniaux.

Olivier Rozenfeld, Président et associé de FIFROIT



INTRODUCTION

Réussir son placement en assurance vie, c'est une ambition forte, évidemment, et qui ne laisserait personne indifférent car l'assurance vie, véritable placement financier qui ne dit pas son nom, est souvent le reflet du labeur de chacun. Il aura fallu consentir des efforts à titre professionnel et faire des sacrifices à titre personnel pour se constituer un patrimoine à partir de ses propres investissements, avec des arbitrages et des choix... les bons choix ?!

Un placement en assurance vie, pour être considéré comme une réussite, doit tout aussi bien faire valoir sa performance... certes, mais c'est avant tout une question de point de vue, sachant que chacun saura prioriser, tant la durée, la sécurité ou plus généralement la sérénité dégagée de son placement qui aura fait que son propriétaire saura passer outre les divers chaos financiers ou les difficultés de la vie.

La réussite, c'est aussi une appréciation tout à fait personnelle, propre à chaque individu et même propre à chaque situation.

Il ne s'agira pas, c'est la seule certitude de cet ouvrage d'ailleurs, de donner la solution idéale ou de tirer des conclusions pour juger du bien-fondé d'une solution par rapport à une autre mais il s'agira plutôt de donner les clés pour comprendre, analyser et, ensuite, pouvoir faire un choix, prendre une décision.

Quel que soit le chemin ou le parcours emprunté, une chose semble se dessiner en tout cas : la réussite passe par la connaissance !

La réussite de son placement en assurance vie n'échappera pas à cette observation ; mieux connaître les rouages de l'assurance c'est alors mieux l'appréhender quand un expert nous l'explique ou c'est mieux l'exploiter pour son propre compte...

Réussir son placement en assurance vie a une connotation tout à fait personnelle et individuelle, chacun réussira sa propre stratégie et mettra en œuvre sa propre tactique pour obtenir des résultats adéquats.

En effet, l'assurance vie offre désormais tant de possibilités que chacun pourra y puiser les ingrédients nécessaires à la construction de sa propre solution, unique et individuelle, singulière à souhait. Véritable boîte à outils, l'assurance vie peut alors s'apparenter à un à jeu de construction, pour lequel il vous faudra utiliser des outils... les bons outils... avec le mode d'emploi ad hoc, le tout logé dans une boîte à outils adaptée.



La boîte à outils illustrera alors le contrat en tant que tel, le contenant – correspondant à l'enveloppe juridique et fiscale – les outils, quant à eux, représenteront les supports d'investissements nécessaires pour mettre en place une allocation d'actifs. Et n'oublions pas la notice en tant que mode d'emploi qui permettra d'optimiser l'utilisation du contrat.

Fort de cette modularité et de cette adaptabilité, l'assurance vie aura su et saura répondre ou accompagner nombre de situations patrimoniales pour nombre d'épargnants ; cet ouvrage voudra simplement aider tout un chacun à entamer un parcours initiatique de meilleure connaissance, de soi et des solutions applicables.

LES FRANÇAIS ET L'ASSURANCE VIE : UNE HISTOIRE, UN AVENIR...

Faisons un peu d'histoire et un bref retour en arrière pour voir comment les Français appréhendent-ils l'assurance vie, cette matière à la fois commune et originale... ; oh, un bref aperçu, car l'assurance vie dite moderne n'est pas si ancienne puisqu'elle remonte au milieu des années 80... !

En effet, l'assurance vie n'a pas toujours été la solution de placement préférée des Français car il fut un temps où, honnêtement, il fallait être bien crédule pour acheter de telles solutions, car elles étaient non seulement extrêmement opaques car très chargées en frais mais, de surcroît, rarement adaptées aux besoins exprimés et, enfin, régies dans un cadre de référence d'une nébulosité absolue. Assimiler l'assurance à de la finance n'avait alors aucun sens ou résonance aux yeux du public.

Et puis, il y eut l'AFER (Association Française pour l'Épargne et la Retraite) qui, sous l'impulsion du talentueux et astucieux Gérard Athias, a véritablement révolutionné l'assurance vie et démocratisé son approche, la rendant tout d'un coup compréhensible, lisible, équitable et, finalement, performante. Ce fut un véritable marqueur de cette profession, un phénomène qui fut un véritable point d'inflexion, nécessaire.

Avec l'AFER, l'assurance vie a pu faire valoir sa souplesse, tant en matière de versements que de retraits ou de sorties ; l'argument force en a toujours été "un compte à versements et à retraits libres"... la liberté était donc au pouvoir !

L'assurance vie a changé, c'est heureux et si elle a désormais acquis ses lettres de noblesse, c'est qu'elle a su évoluer, s'adapter en permanence... et aussi faire face à de sévères difficultés et surmonter diverses entraves.

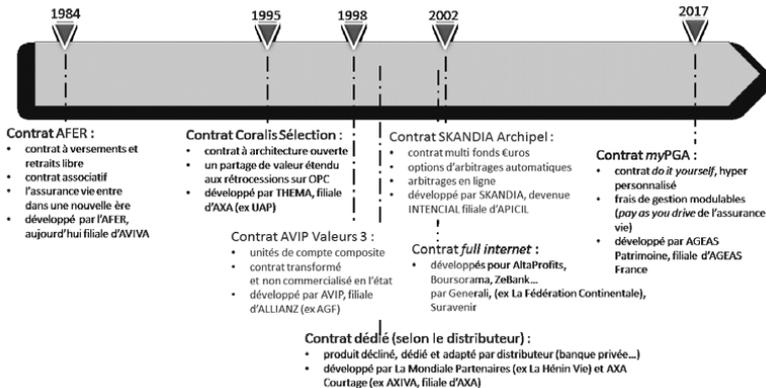
Ces entraves furent principalement de nature réglementaire ou fiscale ; alors certes, la réglementation a permis à l'assurance vie de devenir un placement "recommandable", mais il serait désormais utile, voire urgent et vital, de temporiser afin qu'elle ne se défasse pas... ; l'assurance vie subit trop de réglementation, qui en est devenue stérile car ne protégeant pas davantage l'épargnant, noyé par l'abondance d'information ; or, abondance n'est pas synonyme d'efficience...

Deux événements marquants ont également ponctué l'univers de l'assurance : l'avènement d'un produit construit en réelle architecture ouverte, osant l'éclectisme et le recours à des partenaires considérés jusqu'alors comme des concurrents ; ce fut le produit Coralys Sélection, distribué par Thema, filiale de l'UAP, devenue au gré des fusions, AXA Thema.

L'autre évolution marquante fut réalisée sous l'impulsion conjuguée de La Hénin Vie (devenue La Mondiale Partenaire) et d'AXIVA (devenue AXA Courtage) qui ont poussé le concept de la personnalisation avec la conception de produits dédiés à des distributeurs.

Puis, vint en 2002 l'avènement d'un nouveau produit proposé par Skandia, compagnie d'assurance suédoise, qui a poussé sur le marché un contrat qui fut disrupteur de par sa conception et son audace, intégrant notamment plusieurs fonds en euros, des options d'arbitrages automatiques ou encore des arbitrages en ligne.

D'autres moments forts ont ponctué l'histoire de l'assurance vie et son évolution...



Les faits marquants en matière de produits

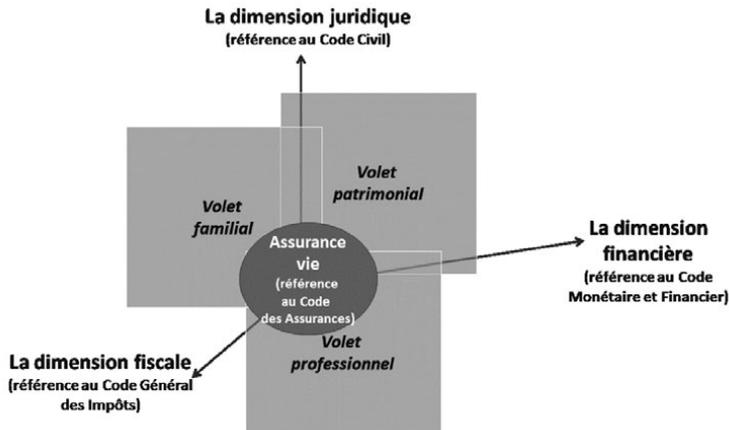
Par ailleurs, l'assurance vie a un rôle majeur au plan de l'économie nationale, tant quant à sa posture d'employeur, que de régulateur sur les marchés financiers en étant friand d'obligations, notamment des obligations d'État, permettant ainsi de temporiser les écarts de marché... l'assurance vie appréciant surtout la régularité.

L'assurance vie, en tant que véhicule d'épargne de long terme, voire de très long terme, est donc un instrument original et disposant de spécificités franco-françaises ; ainsi, l'assurance vie qui est "*un bien spécial régi par un droit spécial*" est régie à la fois par le Droit des Assurances ainsi que par le Droit Civil et le Droit Monétaire et Financier, ainsi que le Droit Fiscal.

L'assurance vie se trouvera ainsi être une solution au carrefour de différents environnements, permettant de conjuguer des aspects familiaux, professionnels et patrimoniaux... ce qui fait d'ailleurs l'intérêt intellectuel de la matière !

Pour répondre à ces diverses ambitions patrimoniales, l'assurance vie a dû également suivre une mutation de nature marketing, passant par diverses phases. Tout d'abord, le marketing 1.0. dit de l'offre – visant à mettre en

exergue le produit et orienté vers le «consommateur» –, puis le marketing 2.0. dit contextuel et de la demande – qui, quant à lui, met l’accent sur le client, devenu alors “consomm’acteur” avec une action de type *bottom up* – et, désormais, le marketing 3.0. – qui met en scène l’épargnant en tant que contributeur tel le *prosomateur*, contraction du terme consommateur et producteur (selon Philip Kotler).

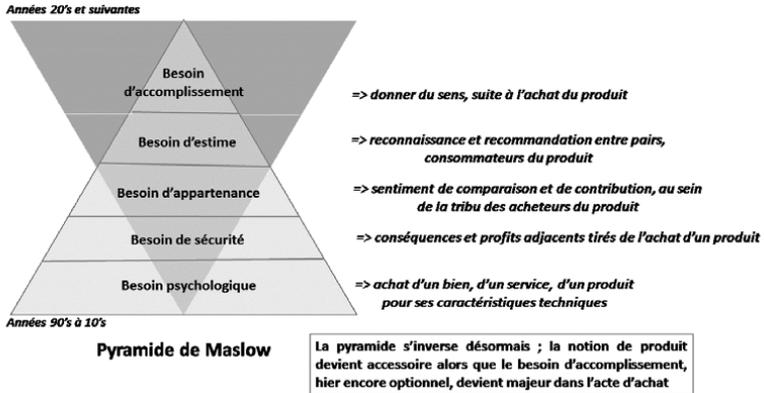


L'assurance vie, aux confins de 3 dimensions

Cette nouvelle ère est aussi celle qui sera celle des influenceurs, de l’UX... autant de termes empruntés au monde de l’internet et des réseaux sociaux qui modifient notre approche consumériste, y compris dans le domaine de l’épargne.

Ainsi, la célèbre pyramide de Maslow s’inverse désormais... pour inscrire dorénavant le sens donné à son placement en *pole position*, devant ainsi la notion même de produit... ; nous n’achetons plus vraiment un produit d’assurance vie, nous visons le sens et le bénéfice que cela peut nous apporter, en matière d’accomplissement et de bien-être...

L'assurance vie devrait donc encore vivre de belles évolutions, voire quelques révolutions pour anticiper les évolutions du comportement du consommateur en matière d'épargne.



La pyramide de Maslow

Rythmée entre innovation et tradition, l'assurance vie française a ainsi séduit de nombreuses générations car elle n'a pas déçu, sachant se renouveler et s'adapter, notamment au plan financier, devenu la matière pivot des solutions proposées.

Ce qu'il faut retenir... 5 idées-forces !

- L'assurance vie, sur le podium des solutions de placement préférées des Français (avec l'immobilier et les Livrets)
- Depuis l'AFER, l'assurance vie est entrée dans une nouvelle ère, en phase avec les évolutions du comportement consumériste
- L'assurance vie apparaît comme un véhicule tout-terrain, le 4x4 du patrimoine
 - L'assurance vie est une matière en pleine évolution et adaptable en permanence
 - L'assurance vie est devenue une solution à géométrie variable

■ LE MARCHÉ DE L'ASSURANCE VIE

Le marché de l'assurance vie en France a vécu plusieurs époques ; tout d'abord, il s'agissait de couvrir les personnes, principalement par des produits de prévoyance ou de protection personnelle. Le principe fondateur de l'assurance vie étant d'apporter une couverture à la personne "contre les risques liés à la durée de la vie humaine". L'assurance, qui signifie littéralement et originellement "gestion des risques", prend un sens tout particulier quand on parle d'épargne, car on est donc loin de cet élément fondamental et fondateur de l'assurance vie qui vise à couvrir l'individu contre les aléas de la vie humaine ; on se place alors davantage sur une solution d'investissement, reconnue comme telle par tous ses utilisateurs.

L'assurance vie, de par sa spécificité et notamment l'existence de son fonds en euros qui est une exclusivité française, a su prendre sa part dans l'ensemble des dispositifs et des solutions d'investissement. Ainsi, en France c'est devenu un des placements préférés des épargnants, de par sa spécificité civile tout d'abord, financière ensuite et fiscale, devenue désormais marginale. L'assurance vie en France, premier marché européen et quatrième marché mondial, est principalement captée par les banquiers (deux tiers de part de marché) qui ont imposé dans l'esprit collectif le terme d'épargne... raisonnant alors comme une solution bancaire. Les autres

acteurs sur le marché sont les banques de gestion privée (pour les gros patrimoines), les mandataires ou salariés de Compagnies et les courtiers (15 à 20% à eux trois), ou encore les réseaux Internet (environ 3 % de part de marché).

Le marché de l'assurance vie correspond à un volume important qui pèse à peu près 180 milliards d'euros de collecte annuelle (chiffres 2019) et quelques 1 800 milliards d'actifs gérés, lesquels sont encore investis à près de 80 % sur le fonds en euros, 20 % l'étant sur des unités de compte qui reproduisent le comportement de supports financiers existants – soit un large spectre tant en nombre de supports qu'en catégories – pour lesquels l'épargnant prend le risque de performance mais aussi de perte.

De par son succès, l'assurance vie est devenue très contrôlée en France et régulée par diverses autorités de tutelle, au premier rang desquelles l'ACPR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Régulation) qui, elle-même, dépend de la Banque de France, qui a pour mission de s'assurer que les acteurs de la place disposent de capacités financières suffisantes pour tenir leurs engagements.

Dans les solutions modernes d'assurance vie, la part d'ingénierie patrimoniale est de plus en plus importante avec un pan d'ingénierie financière très prégnant, la diversité et l'accessibilité à des supports financiers étant un vrai point de différenciation.

L'assurance vie devient alors un véhicule tout terrain, une réponse éclectique qui fait qu'elle n'a finalement plus guère de concurrents... Facialement, oui, mais attention car l'avenir peut nous réserver de sacrées surprises, notamment avec un environnement de taux résolument bas qui pourrait mettre à mal l'ensemble de l'industrie de l'assurance vie, perdant ainsi de sa superbe et de son aura désormais acquise comme une valeur à haute sécurité. Il va falloir changer de paradigme... Reverra-t-on alors un regain d'intérêt pour les livrets d'épargne – qui sont souvent considérés comme des solutions basiques et qui répondent à des préoccupations à court terme – ou encore l'immobilier qui reste, dans l'esprit des Français, la valeur sûre par excellence ?

Toutefois, l'assurance vie devrait relever d'autres challenges pour accompagner au plus près des ambitions patrimoniales diverses, là où son

concurrent principal, l'immobilier, va pouvoir assouvir un besoin primaire au plan patrimonial. Dans le cœur des Français, c'est bien l'immobilier qui est synonyme d'accomplissement patrimonial prioritaire, c'est la composante majeure sans laquelle aucune autre stratégie ne peut être envisagée. Concurrents ou complémentaires, l'immobilier et l'assurance vie viennent harmonieusement prendre place dans une allocation patrimoniale globale ; en revanche, la quête de rendement ou de performance se fera encore via l'assurance vie, de par son allocation d'actifs configurée pour y répondre.

Pour autant, la culture de l'épargne et la culture financière en France sont encore relativement pauvres et, aujourd'hui, les épargnants ou les aspirants à l'épargne financière et patrimoniale sont bien peu aguerris à la gestion du risque

L'assurance vie n'a donc pas véritablement de concurrents dès lors que, intrinsèquement, elle est capable de prendre une configuration très variable car elle est polymorphe. On peut même dire que c'est un placement à géométrie variable en fonction du risque que l'épargnant accepte d'embarquer en vue de répondre à un objectif précis, notamment en termes de rendement.

Ce qu'il faut retenir... 5 idées-forces !

- Le marché de l'assurance vie français est le 4^e marché mondial et le 2^e marché européen
- Le marché français dispose d'une exception mondiale : le fonds en euros... !
 - Une appétence au risque qui reste quasiment atone auprès des épargnants français
 - Un investissement en unités de compte corrélé au comportement des marchés financiers
 - L'assurance vie, une solution faisant appel à des notions juridiques, financières et fiscales

Réussir ses placements en assurance vie

Quels sont les points d'attention en cas d'achat d'un contrat d'assurance vie ? Est-ce un acte de consommation comme un autre ? Dois-je principalement faire confiance à mon conseiller ou à la notoriété de l'organisme qui me le présente ? Le fonds en euros est-il toujours aussi pertinent au sein d'un contrat d'assurance vie ? La qualité est-elle une appréciation personnelle ou est-ce un dogme ? ... Et la réussite de son placement, est-ce encore une notion rationnelle ?

Autant de questions que se pose ou que devrait légitimement se poser tout épargnant qui décide, comme de nombreux Français, de devenir souscripteur d'un contrat d'assurance vie. En effet, cet acte d'achat est tout sauf anodin car il suppose de s'embarquer sur une longue durée, donc autant être en phase avec l'assureur ou son représentant et les caractéristiques mêmes du contrat, dont on sait qu'elles pourront ou devront évoluer avec le temps. Bon gré, mal gré, le temps aura sûrement "raison" de votre situation familiale, professionnelle ou patrimoniale qui, inéluctablement, vont évoluer... et les solutions d'assurance vie ainsi déployées devront accompagner cette modification de la donne.

Cet ouvrage, empreint de situations vécues ou observées, doit permettre au lecteur, avant qu'il ne devienne souscripteur, de procéder à une analyse ou à un achat en connaissance de cause car la réussite de son placement passe par la connaissance de soi, de son environnement, et la compréhension de ce qu'il vise à acheter. Demain, d'ailleurs, l'épargnant sera un véritable contributeur, voire même le co concepteur de sa solution en assurance vie. Alors, pour ne pas jouer à l'apprenti sorcier ou céder aux sirènes qui font écho via la caisse de résonance internet, cet ouvrage peut être bien utile et éviter bien des erreurs !

Thierry Scheur, économiste de formation, est un praticien reconnu de la place, apprécié pour sa proximité du terrain qu'il illustre son parcours professionnel. Il a su mener ses équipes pour conduire ses projets et ses idées en vue de faire évoluer le marché, pour toujours mieux anticiper les attentes des épargnants. Entrepreneur convaincu, homme de convictions, il est profondément animé du désir de transmettre ; formateur, conférencier et auteur, cet ouvrage en est un exemple.



FRANEL
éditions

Prix : 6,95 €
ISBN 9782896036615