

## Charte du digital

### Préambule

La Commission des Agents du BIPAR a dégagé des principes généraux rappelant le rôle au sein de la relation client de l'agent d'assurance dans le contexte actuel de la digitalisation et de multiplicité des canaux de distribution d'assurance.

L'objectif de cette Charte est d'affirmer la valeur ajoutée de l'agent d'assurance vis-à-vis des compagnies d'assurance et des clients dans un contexte de transformation de la distribution d'assurance.

L'agent d'assurance est un interlocuteur reconnu pour son professionnalisme et sa technicité, ce qui représente une première forme de protection des consommateurs. Cela garantit aussi aux entreprises d'assurance un service de proximité et de qualité dans l'accomplissement des procédures de souscription des risques, d'adaptation des garanties et bien entendu dans la gestion de la relation-client.

L'agent d'assurance est le mandataire d'une ou plusieurs entreprises d'assurance, représentant celle-ci vis-à-vis de l'assuré, il est fondamental qu'il puisse véritablement exercer son mandat selon des procédés modernes de communication, dans sa relation-client mais aussi dans sa relation avec sa mandante.

### Principes

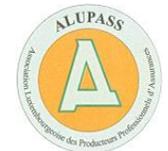
- Il est fondamental de créer les conditions d'un nouveau modèle de distribution qui optimise les opportunités fournies par le digital (allègements administratifs, nouveaux flux de clientèle, ...).
- Les compagnies et les représentants des agents doivent discuter préalablement des projets de digitalisation et partager leurs expériences spécifiques liées à leurs rôles complémentaires. La nécessité est d'accompagner un changement sociétal souvent standardisé et impersonnel vers une relation plus humaine, adaptée à la situation de chaque client. L'agent d'assurance est depuis toujours le « visage humain » de l'entreprise d'assurance auprès du client, ce qui prend une signification de plus en plus forte compte tenu des nouveaux systèmes de communication et d'échanges, directs et à distance.
- Il est fondamental de respecter les spécificités nationales des agents et leur liberté d'organiser leur agence.
- L'agence est l'interlocutrice centrale de la relation-client et le lien entre le client et la compagnie et reste indépendante dans sa gestion. Elle se doit toutefois d'investir dans des ressources, dans l'organisation, la formation et la digitalisation.
- La digitalisation n'a pas vocation à mener à une réduction des revenus des agences, et la baisse éventuelle des coûts de distribution ou l'optimisation éventuelle des procédures d'administration doivent permettre à ce modèle de gagner en compétitivité.

### Signataires de la Charte :

  
Patrick Evrard  
Président agéa (France)



  
Robert Herr  
Président ALUPASS (Luxembourg)



  
Vincenzo Cirasola  
Président ANAPA (Italie)



  
Michael H. Heinz  
Président BVK (Allemagne)



  
José María Campabadal Castelv  
Président CONSEJO (Espagne)



  
Jérôme Sadania  
Président FSAGA (Suisse)



  
Dimitris Gavalakis  
Président HUI (Grèce)



  
Adam Sankowski  
Président PIPUIF (Pologne)



  
Marios Pavlides  
Président PSEAD (Chypre)



  
Claudio Demozzi  
Président SNA (Italie)

