

Altaprofits - Epargne :

Evaluation de l'avantage client des contrats Internet *Etude quantitative réalisée par Facts & Figures pour Altaprofits*

Une étude menée par le **Cabinet Facts & Figures** pour **Altaprofits**, portant sur l'analyse comparative des performances financières du contrat **Altaprofits Vie commercialisé sur Internet** et celles de 22 autres contrats d'assurance vie diffusés par 6 autres types de réseaux de distribution*, révèle **un écart de performance financière important entre le rendement du contrat Altaprofits Vie et celui du canal de distribution bancaire, canal qui s'avère être le moins généreux :**

+ 1,05 % / an de Taux de Rentabilité Interne (TRI) en faveur d'Altaprofits Vie.

Ce résultat est la différence de rendement entre le contrat **Altaprofits Vie** souscrit via **Altaprofits.com** et un contrat souscrit auprès d'un établissement bancaire sur la période courant du 1^{er} janvier 2001 au 31 décembre 2016.

En 16 ans, le contrat **Altaprofits Vie** a **délivré en effet une performance financière moyenne annuelle de 2,91 % nets**, alors que **les contrats d'assurance vie commercialisés par les réseaux bancaires affichent, en moyenne, une performance financière moyenne de 1,86 % nets seulement.**

Sachant que :

53 % des contrats sont commercialisés par le canal de distribution bancaire,**

⇒ **cela signifie qu'un nombre très important d'épargnants sont équipés d'un contrat d'assurance vie dont la rentabilité est insuffisante.**

Dans les autres réseaux de commercialisation analysés les différences sont également significatives :

- > Alors que 29% des contrats sont commercialisés par les Conseillers en Gestion de Patrimoine (CGPI) ou les Courtiers indépendants**, le taux de rendement annuel moyen sur la période est de **2.10% nets**, soit un écart annuel moyen de **0.80% nets**, en sachant qu'il y a un apport de conseil et un suivi par l'intermédiaire.
- > Ou encore que 8% des contrats d'assurance vie sont commercialisés par les filiales d'assurance vie de Mutuelles** avec des taux de rendements annuels de **2.42% nets**, soit un écart annuel moyen de **0.50% nets**, mais avec des disparités importantes selon l'assureur.

En conclusion et sur la période analysée :

⇒ **c'est en dizaines de milliards d'euros que s'élève le manque à gagner pour ces épargnants.**

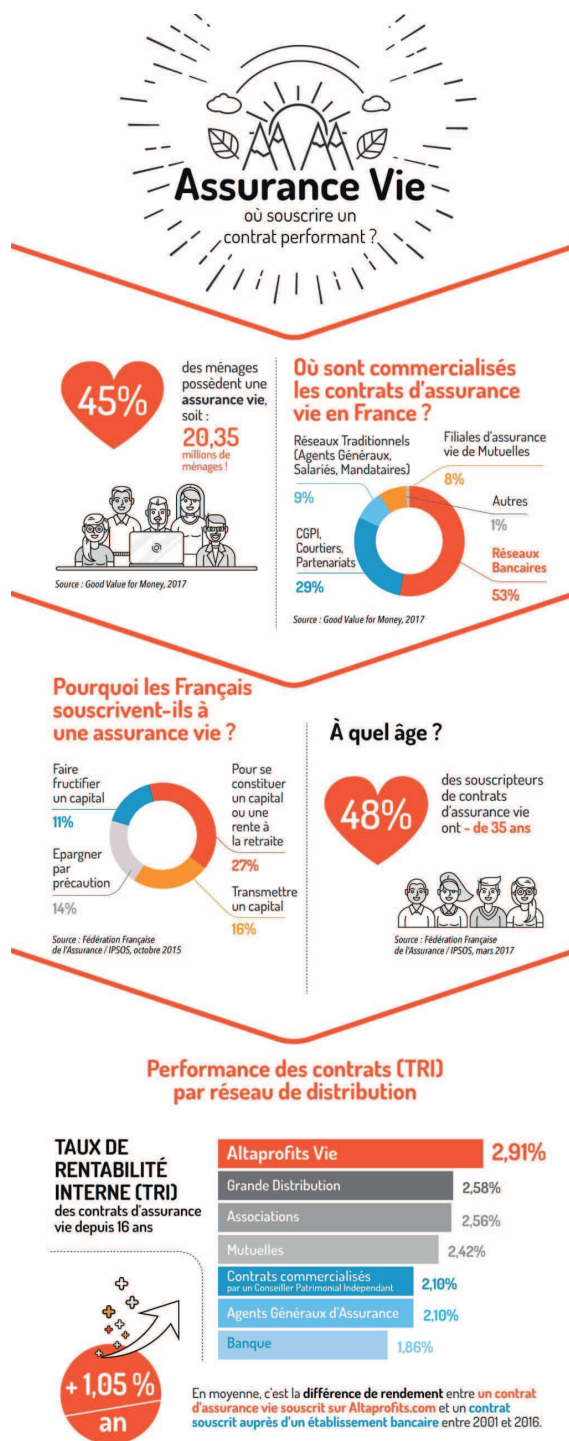
Rappelons qu'en décembre 2000, **Altaprofits Vie** a été le **1^{er} contrat d'assurance vie commercialisé sur Internet, sans frais d'entrée.**

"Pour fêter le 17ème anniversaire de notre contrat Altaprofits Vie, le 2 décembre prochain, nous avons voulu une évaluation chiffrée et indépendante, faite par des personnes dont la probité est incontestable ; c'est ainsi que nous avons choisi de confier cette étude au Cabinet Facts & Figures. C'est la 1^{ère} fois que nous comparons Altaprofits Vie proposé sur Internet avec d'autres contrats diffusés par d'autres canaux de distribution."

"Notre intention n'est pas de pointer du doigt tel ou tel contrat, nous montrons simplement, avec ces presque 17 années de recul, que l'assurance vie sur internet a prouvé qu'elle était à même d'apporter les meilleures réponses aux attentes des consommateurs : performance, transparence et réactivité.",

commente François LENEVEU, Président du Directoire & Cofondateur d'Altaprofits

Infographie représentative des résultats de l'étude



Étude comparative du rendement en terme de TRI moyen de plus de 22 contrats d'assurance vie, répartis en 7 réseaux de distribution, entre 2001 et 2016. Réalisée en août 2017 par Facts&Figures.

La méthodologie appliquée par Facts & Figures

L'étude, finalisée le 1er août 2017, vise à comparer la performance financière obtenue de manière totalement normée :

. sur une longue période : 16 ans, du 1er janvier 2001 (2001 étant la première année pleine d'existence du contrat Altaprofits Vie) au 31 décembre 2016 (les performances annuelles de rendement pour l'année 2017 ne sont pas connues, elles seront arrêtées au 31 décembre 2017),

. Facts & Figures a analysé comment se situe Altaprofits Vie (le 1^{er} contrat d'assurance vie sur Internet, lancé en décembre 2000 sans frais d'entrée) par rapport à 22 autres contrats d'assurance vie, de même profondeur et de même durée d'existence, commercialisés par 6 autres canaux de distribution,

. en sélectionnant 4 contrats au sein de chacun des canaux de distribution benchmarkés afin d'avoir une base statistique suffisamment large et représentative (à l'exception toutefois de la grande distribution pour laquelle seules 2 offres ont été jugées significatives). Les 4 contrats d'assurance vie sélectionnés par Facts & Figures au sein de chaque mode de distribution ont été équipondérés (une moyenne de performance financière a été établie entre les différents contrats commercialisés par chacun des canaux de vente),

. en simulant un épargnant fictif souscrivant, au même moment, aux 23 contrats étudiés et procédant à un versement mensuel périodique de 100 € sur chacun d'eux, du 1er janvier 2001 au 31 décembre 2016,

. chaque mois, le versement mensuel s'est vu appliqué le taux de frais d'entrée du contrat et la répartition de l'investissement de l'épargnant entre le fonds en euros et les unités de compte a été effectuée conformément à la clé de répartition du marché,

. la participation aux bénéfices sur le fonds en euros a été celle des contrats concernés,

. la revalorisation annuelle des unités de compte a été réalisée pour tous les contrats de la même manière en appliquant le taux communiqué par la Fédération Française de l'Assurance.

Facts & Figures a utilisé le "TRI" (Taux de Rentabilité Interne) comme indicateur d'évaluation de la performance financière obtenue pour chaque contrat.

. Ce "TRI" a été calculé net de prélèvements sociaux, tant sur la partie investie sur le fonds en euros que sur celle épargnée sur des unités de compte. Par souci de simplicité, Facts & Figures a appliqué annuellement le taux de prélèvements sociaux sur la revalorisation des unités de compte.

Les écarts de "TRI" auxquels arrive l'étude sont essentiellement dus aux facteurs suivants :

- **Facteurs de 1er ordre :**

- . Performances du fonds en euros,
- . Niveau des frais d'entrée sur les versements.

- **Facteurs de 2ème ordre :**

- . Niveau des frais de gestion sur les unités de compte,
- . Répartition de la performance du fonds en euros dans le temps.

* Grande distribution, Associations, Mutuelles, Conseillers en Gestion de Patrimoine (CGPI) ou Courtiers indépendants, Agents Généraux d'Assurance, Banque.

** Source : Good Value for Money, 2017.

Contact presse Altaprofits : Brigitte Huguet
Tél. 01 46 34 78 61 – information-presse@altaprofits.fr

A propos de l'étude quantitative "Evaluation de l'avantage client des contrats Internet" : L'étude a été réalisée pour Altaprofits par le Cabinet Facts & Figures. Créé en mars 2007, Facts & Figures est un cabinet de conseil en stratégie et en management spécialisé sur le secteur de l'assurance et de la protection sociale en Europe.

Le champ d'investigation et d'intervention de **Facts & Figures** couvre les groupes traditionnels d'assurance, les bancassureurs, les mutuelles d'assurance, les groupes paritaires et d'action sociale, les mutuelles santé et le courtage. **Facts & figures** intervient également pour le compte de banques d'affaires et de fonds d'investissement sur des dossiers de fusion-acquisition et de LBO.

Facts & Figures est fréquemment acheté par des opérateurs du secteur en recherche d'un conseil externe qui connaisse vraiment leurs problématiques, puisse apporter des points de repère externes, et soit en capacité d'apporter rapidement une haute valeur-ajoutée. **Facts & Figures** accompagne également des projets de mise en œuvre, avec une forte contribution en termes de pilotage, de maîtrise des risques et de transversalité.

Le business-model de **Facts & Figures** repose sur un investissement permanent et significatif en recherche et en développement (20 % du CA), permettant au cabinet de disposer de bases de données et de connaissance particulièrement fines et transversales à tous les opérateurs de l'assurance (Assureurs, IP, Mutuelles Santé, Courtiers).

Dans le cadre de cet investissement en R&D, **Facts & Figures** organise et conduit régulièrement des benchmarks auxquels participent de nombreux opérateurs du secteur.

A propos d'Altaprofits : **Altaprofits** est le créateur de l'assurance vie en ligne "sans frais d'entrée" en France. Fort d'une expérience de plus de 17 ans, **Altaprofits** n'a cessé d'innover tant sur la diversité des supports proposés (Exchange Traded Fund, titres vifs, OPCV, SCI, SCPI...), que sur l'étendue de sa gamme (assurance vie, PEP, PEA, contrats Retraite : PERP et Madelin, ...), la diversité de ses partenaires (compagnies d'assurance et gestionnaires de renom) ou encore sur le déploiement d'outils de simulation, pilotage et suivi quotidien des investissements.

Cette stratégie de long terme lui a permis de se positionner et d'affirmer son **leadership de courtier en ligne et de Fintech** proposant une offre d'épargne complète et adaptée à chaque besoin sur le site **www.altaprofits.com**. **Altaprofits** reçoit également dans ses bureaux parisiens situés au 17 rue de la Paix à Paris (75002). Plus d'informations : <https://www.altaprofits.com>

ALTAPROFITS, courtage d'assurances et MIOBSP

Garantie Financière et Responsabilité Civile Professionnelle conformes aux articles L 512-6 et L 512-7 du code des assurances. ORIAS n° 07 023 588, www.orias.fr. Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution – ACPR, 61 rue Taitbout, 75436 Paris Cedex 9.

Produits financiers et bancaires

Conseiller en Investissements Financiers enregistré sous le n°D011735 auprès de la CNCIF - Association agréée par l'Autorité des Marchés Financiers.

Altaprofits - Société Anonyme de courtage d'assurances à directoire et conseil de surveillance au capital de 1 278 000 Euros - RCS Paris 428 671 036. Code NAF : 6622Z. 17, rue de la Paix - 75002 Paris, www.altaprofits.com. Tél. : 01 44 77 12 14 (appel non surtaxé) - Fax : 01 44 77 12 20.