

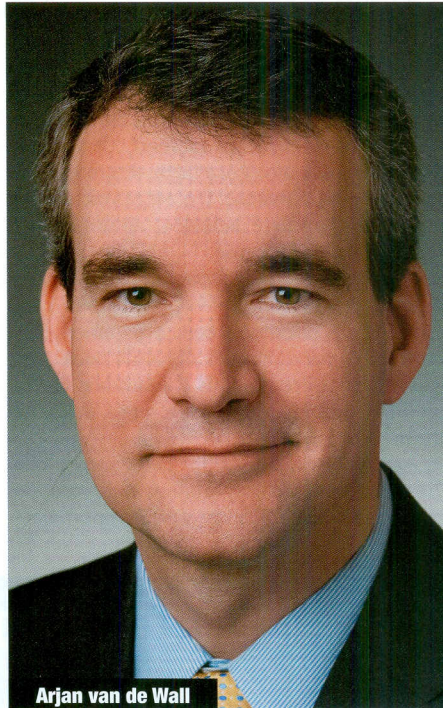
# Assurance crédit: un marché sous-développé, disent les principaux assureurs

**Bon an mal an, le marché de l'assurance crédit progresse de 10% par année en matière de primes. Il représente ainsi 200 M\$ au Canada. C'est peu, disent les six principaux assureurs privés de ce segment. Ils ont ainsi formé une association pour mieux faire connaître ce produit et faire concurrence à leur principal concurrent: l'absence d'assurance.**

L'assurance crédit protège une entreprise contre le risque de non-paiement de ses comptes recevables, aussi appelés comptes clients. Elle permet ainsi de réduire les risques d'exploitation et peut accroître le pouvoir de négociation avec les banquiers. Les assureurs distinguent deux marchés: l'assurance crédit à l'exportation et l'assurance crédit domestique, c'est-à-dire au Canada.

À la fin juillet, le *Journal de l'assurance* s'est entretenu avec les PDG des six principaux assureurs de crédit privés du Canada lors d'une conférence téléphonique. Étaient présents: **Ian Miller**, d'**Atradius**, **Chris Short**, de **Coface**, **Robert Dempsey**, de **La Garantie**, **Peter Beepat**, d'**Executive Risk**, **Brad Herbert** de **Chartis** et **Arjan van de Wall** d'**Euler Hermes**. Tous ces assureurs distribuent leur produit d'assurance crédit par l'entremise de courtiers. Euler Hermes et Coface ont aussi un réseau de distribution direct.

Si l'utilisation de l'assurance crédit est étroitement liée au contexte économique, le marché se développe d'années en années. C'est ce qu'indique Ian Miller, qui est aussi le président de la nouvelle **Association des assureurs crédit privés du Canada**.



Arjan van de Wall

Les six assureurs membres de l'Association croient que 200 M\$ est un volume bien peu élevé pour un marché comme le Canada. Selon eux, il devrait être deux fois plus élevé et même atteindre un demi-milliard de dollars (G\$). Aux États-Unis, le produit d'assurance crédit a aussi de la difficulté à percer. Il totalise un volume de primes de 450 M\$ selon l'Association. À travers le monde, l'assurance crédit compte sur un volume de primes de cinq milliards d'euros, toujours selon l'Association.

Quelles entreprises ces six joueurs visent-ils? Les compagnies de taille moyenne. Ils affirment d'ailleurs que leurs produits sont abordables pour les entreprises de 50 employés et moins. Ils sont d'autant plus confiants que le Canada est un pays exportateur.

Plusieurs obstacles entravent toutefois la croissance de l'assurance crédit. En premier lieu, le processus de souscription est plus complexe que pour beaucoup d'autres produits. Pour cause: il n'implique pas seulement le titulaire de la police d'assurance, mais aussi ses clients. Or, «les courtiers ont souvent du mal à expliquer certaines entités à leurs clients», constate Robert Dempsey, de La Garantie. Ian Miller d'Atradius ajoute que ce produit discrétionnaire doit faire l'objet «d'une vraie discussion» avec le titulaire de la police.

De plus, le produit reste trop souvent méconnu. Selon M. Miller, il suscite l'intérêt des courtiers, mais les ressources pour faire le connaître (suite à la page 30)

## Les primes à la baisse

(SB) Avec la crise financière, on aurait pu croire que les primes d'assurance crédit auraient été à la hausse, compte tenu du nombre de fermetures d'entreprises causé par la récession. Ce n'est pourtant pas le cas. La tarification des primes est à la baisse. «Maintenant que le risque s'est réduit, les primes diminuent», explique Ian Miller d'Atradius.

Le *Journal de l'assurance* s'est aussi entretenu avec **Gérard Philippon**, vice-président national assurance crédit de La Garantie, à ce sujet. Il indique que les primes ont baissé de l'ordre de 20% par rapport à l'an dernier. Il précise toutefois que sa compagnie dispose d'un petit volume dans ce segment de marché.

Cette diminution des primes s'explique notamment par la concurrence entre les principaux assureurs crédit. M. Philippon note que les gros joueurs présents dans ce marché cherchent à consolider leur position. «Aujourd'hui, ils sont plus agressifs en matière de tarification et de risque qu'en période de

crise», observe-t-il. À l'inverse, durant la crise financière, les primes ont augmenté avec le risque, tout comme la demande. «Certaines compagnies ont souscrit des contrats d'assurance crédit parce qu'elles se sentaient menacées», explique **Daniel Primeau**, vice-président soutien aux programmes et aux clients chez **Exportation et développement Canada (EDC)**.

Une fois la crise passée, certaines de ces compagnies reprennent confiance et ne jugent plus nécessaire de se couvrir. «Elles se demandent pourquoi payer si cher, alors qu'elles ont survécu», poursuit-il.

Néanmoins, les affaires continuent. Ainsi, les exportateurs canadiens mettent le cap vers de nouvelles destinations. Selon Daniel Primeau d'Exportation et développement Canada, ils font davantage affaire avec le Brésil, le Mexique, le Chili, l'Argentine mais aussi la Chine et l'Inde.

«L'assurance crédit est incontournable pour un entrepreneur qui veut conquérir de nouveaux mar-



Gérard Philippon

Réjean Meloche

comptes recevables n'est pas le seul risque encouru. Les risques liés à l'instabilité politique peuvent être lourds de conséquences.

«Quand on obtient des contrats avec une entreprise gouvernementale mexicaine ou chinoise, la gestion de crédit doit être au cœur de la gestion de risque de l'entreprise. Faire prendre conscience de l'impact de la gestion de risque est le plus gros défi de l'assurance crédit. Cela vaut aussi pour le segment de marché à l'exportation comme à domicile», souligne M. Primeau.

Selon lui, les souscripteurs d'assurance crédit, les banques et les courtiers doivent travailler ensemble pour élever la prise de conscience des compagnies canadiennes. Il précise que dans le moment, une trentaine de firmes au Canada maîtrisent bien le produit. Il souligne aussi que certains courtiers ont suivi des formations pour mieux connaître le produit.

chés à l'étranger car il s'expose ainsi à des risques qu'il ne maîtrise pas, insiste-t-il.»

Au sein d'un nouvel environnement, le non-paiement des

« Le marché croît année après année. La compréhension du produit aussi, mais il fallait aller plus loin, d'où l'idée de fonder une association. » — Brad Herbert

(suite de la page 29)  
demeurent limitées.

Aussi, les assureurs déplorent le fait que certains entrepreneurs ne s'assurent pas. Ceux-ci décident ainsi d'assumer le risque. Leur faire connaître le produit et les convaincre de s'assurer est ainsi un véritable défi.

### Un joueur québécois se retire du marché

(SB) Un assureur québécois avait percé le marché de l'assurance crédit. Il a toutefois décidé de s'en retirer il y a deux ans. **L'Unique assurances générales**, la filiale à courtage de **La Capitale Groupe financier**, a ainsi décidé de se concentrer sur son principal segment d'affaires : le cautionnement.

« Nous n'étions pas très actifs dans ce marché. Nous n'y avons pas fait beaucoup d'approches, a confié **Jean-Eudes Boudreau**, au *Journal de l'assurance*. Le directeur principal ventes et développement pour le cautionnement au sein de l'entreprise a pointé du doigt les particularités de ce produit. « Lorsque l'économie va bien, ce n'est pas bon pour le produit. À l'inverse, lorsque l'économie va mal, il n'y a plus de risques de tomber sur des mauvais payeurs », a-t-il indiqué.

| PARTS DE MARCHÉ DES ASSUREURS CRÉDIT AU CANADA (en dollars canadiens) |                 |                        |                 |                        |                 |                        |
|---|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|
| Entreprise  | 2008            |                        | 2009            |                        | 2010            |                        |
|   | Primes directes | Part de marché (Total) | Primes directes | Part de marché (Total) | Primes directes | Part de marché (Total) |
| EDC   | 97              | 51,98%                 | 105             | 54,66%                 | 120,9           | 58,72%                 |
| Euler Hermes  | 41              | 21,97%                 | 35              | 18,22%                 | 32,2            | 15,64%                 |
| Coface  | 30              | 16,08%                 | 31              | 16,14%                 | 33,5            | 16,27%                 |
| Chartis   | 6               | 3,22%                  | 8               | 4,16%                  | 7,4             | 3,59%                  |
| Atradius  | 9,5             | 5,09%                  | 7               | 3,64%                  | 5,1             | 2,48%                  |
| Executive Risk  | 1,3             | 0,70%                  | 4,1             | 2,13%                  | 5,1             | 2,48%                  |
| GCNA  | 1,8             | 0,96%                  | 2               | 1,04%                  | 1,7             | 0,83%                  |
| TOTAL   | \$186,6         | 100%                   | \$192,1         | 100%                   | \$205,9         | 100%                   |

SOURCE: ASSOCIATION DES ASSUREURS CRÉDIT PRIVÉS DU CANADA

« Le marché croît année après année. La compréhension du produit aussi, mais il fallait aller plus loin, d'où l'idée de fonder une association », explique Brad Herbert, de Chartis. « Nous devons trouver une façon de promouvoir le produit dans le marché. Il n'est pas bien connu et pas suffisamment acheté », ajoute Robert Dempsey de La Garantie.

C'est donc pour ces raisons que ces six compétiteurs se sont alliés pour former cette association. S'ils ont créé cette association, c'est parce qu'ils partagent des objectifs communs. Leurs buts? « Promouvoir l'assurance crédit, son utilisation ainsi que ses réseaux de distribution », dit Ian Miller.

L'Association n'est pas une entité incorporée. Elle ne compte pas Exportation et développement Canada (EDC), autre joueur important en

assurance crédit, parmi ses membres. La société de la Couronne n'y sera pas admise, car elle est publique, précisent les assureurs privés. Elle pourrait toutefois être appelée à collaborer à certains travaux.

« Beaucoup d'affaires sont envoyées vers EDC. Pour plusieurs, il n'y a qu'elle qui fasse de l'assurance crédit au Canada. Par l'entremise de l'Association, nous voulons accroître la visibilité de nos entreprises. On veut ainsi promouvoir l'assurance crédit domestique et à l'exportation, autant sur le court terme que sur le long terme », ont aussi mentionné les assureurs membres de l'Association au *Journal de l'assurance*.

**Sophie Boltz, Hubert Roy et Serge Therrien**

DÉCOUVREZ BIENTÔT NOTRE NOUVELLE ÉDITION!

**RÉPERTOIRE** des services  
en assurance de dommages

2012

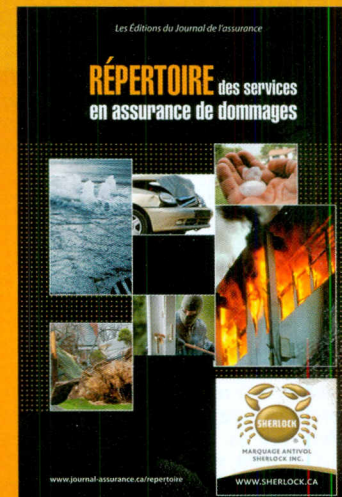
**6 000 exemplaires :**  
une distribution qui surpasse la concurrence!

Il rejoint tous :

- les cabinets d'experts en sinistre
- les cabinets de courtage
- les entreprises de restauration après sinistre
- les associations et organismes de l'industrie
- les compagnies d'assurance

Les principaux événements de l'industrie :

- le *Congrès de l'assurance et de l'investissement*
- le *Congrès du RCCAQ*



[www.journal-assurance.ca/repertoire](http://www.journal-assurance.ca/repertoire)

**Annoncez vos services :**  
une publicité ciblée, c'est des contrats assurés!

**POUR ANNONCER**

Ghislaine Brunet :  
514 762-1667 poste 231  
gbrunet@repcom.ca