

SPÉCIALITÉ





L'ESSENCE DU TRAVAIL

DES REPRÉSENTANTS

EN ASSURANCE DE

DOMMAGES CONSISTE

À OFFRIER UN ÉQUILIBRE

ENTRE LE PRODUIT,

LES CONSEILS ET

L'ÉDUCATION DANS

LE BUT D'AMÉLIORER

LA GESTION DES RISQUES. >>>

FRANCE GOSSELIN,  
COURTIER EN ASSURANCE  
DE DOMMAGES, VICE-PRÉSIDENTE,  
ASSURANCE DES PARTICULIERS, VIP,  
GROUPE ET SERVICES FINANCIERS,  
HUB INTERNATIONAL QUÉBEC

# L'ASSURANCE VIP

Au Québec, 1 % de la population a des revenus annuels de 178 000 \$ et plus<sup>1</sup>. Parmi les 100 Canadiens les plus riches, 16 Québécois ont une fortune moyenne estimée à 1,62 milliard de dollars<sup>2</sup>. Les clients VIP (*very important person* en anglais), nommés *high-net-worth individuals* dans l'industrie, sont des personnes dont les investissements excèdent le million de dollars et qui jouissent d'un pouvoir d'influence notoire. Les VIP représentent un marché de niche en constante évolution.

## Qui sont les clients VIP ?

Le montant des biens n'est pas le seul critère pour déterminer si un client souscrit aux produits VIP. « Même si, pour un assuré qui habite à Montréal, l'un des critères est d'être propriétaire d'une maison d'au moins 750 000 \$, c'est plutôt le profil de l'individu que l'on souscrit qui compte, précise Dan Coyle, directeur GARANTIE OR<sup>MD</sup> région du Québec chez La Garantie. Il faut comprendre d'où provient sa richesse. On cherche davantage un client qui perçoit l'assurance comme un service financier important. »

Maryse Bossé, agent en assurance de dommages des particuliers, directrice régionale Est du Canada, Assurance sélecte des particuliers chez AIG, qui ne souscrit que des propriétaires de maisons d'une valeur d'au moins un million de dollars, renchérit: « La clientèle VIP se distingue par son mode de vie considéré plus actif et par ses besoins plus complexes. Par exemple, le client type possède plus d'une résidence et il est propriétaire de plusieurs voitures, incluant des voitures exotiques, de collections d'œuvres d'art ou d'autres biens uniques d'importante valeur. Il voyage aussi fréquemment. Ses attentes sont élevées tant pour la qualité du produit que pour l'excellence du service recherché. »

Pour sa part, France Gosselin, courtier en assurance de dommages, vice-présidente, Assurance des particuliers, VIP, Groupe et services financiers chez HUB International Québec, observe la montée d'une nouvelle

clientèle: « Ce sont de jeunes professionnels et des entrepreneurs âgés de 30 à 45 ans qui ont construit leur fortune en vendant des idées ou des concepts ingénieux. » Cette clientèle distincte exige une approche personnalisée et des communications régulières. Contrairement à la clientèle traditionnelle qui possède un patrimoine bien conservé pour la succession, cette « nouvelle génération fortunée », comme M<sup>me</sup> Gosselin l'appelle, a une urgence de vivre. « Elle achète, elle vend, elle consomme, elle a moins d'attachement aux biens. Ce rythme de vie effréné nous oblige à entretenir une relation étroite avec cette clientèle afin de dresser un inventaire précis des besoins à couvrir et de le mettre à jour régulièrement », ajoute-t-elle.

Puisque les intérêts des VIP se traduisent généralement en investissements, l'étape consistant à dessiner le profil du client est cruciale. Elle permet de mieux cerner ses besoins et de prévoir les risques à souscrire, d'où l'importance de l'expertise et du rôle du représentant en assurance de dommages.

## Des risques de luxe

Il n'est pas rare qu'un client offre son portefeuille complet à un assureur. « Les clients VIP sont très fidèles aux professionnels qui les entourent, affirme M<sup>me</sup> Bossé. Ils ont habituellement leur comptable, leur avocat et leur représentant en assurance de dommages qui seront à l'affût de l'évolution de leurs besoins et s'assureront de protéger leurs actifs financiers. » Cette clientèle optera, dans la majorité des cas, pour une couverture « tous risques » qui protège l'ensemble de ses activités.

Au-delà de la valeur des biens – résidence, voiture de collection, cave à vin, etc. –, il y a des particularités propres à l'assurance VIP qu'on ne retrouve pas dans le marché standard. « Les maisons de luxe sont parfois dotées de systèmes domotiques qui automatisent et informatisent l'ensemble des composantes de la demeure, d'où l'importance d'offrir une protection contre le bris des équipements ou de machines », indique M. Coyle. Il en va de même pour l'assurance des frais juridiques, qui offre à cette clientèle un soutien accru en cas de procédures judiciaires.

<sup>1</sup> « Les riches au Québec », *La Presse*, 8 décembre 2013.

<sup>2</sup> Liste des 100 Canadiens les plus riches dressée par *Canadian Business*.

Elle se base sur la variation de l'avoir entre le 1<sup>er</sup> octobre 2009 et le 30 septembre 2010.



« LA CLIENTÈLE VIP SE DISTINGUE PAR SON MODE DE VIE CONSIDÉRÉ PLUS ACTIF ET PAR SES BESOINS PLUS COMPLEXES. SES ATTENTES SONT ÉLEVÉES TANT POUR LA QUALITÉ DU PRODUIT QUE POUR L'EXCELLENCE DU SERVICE RECHERCHÉ. »

MARYSE BOSSÉ, AGENT EN ASSURANCE DE DOMMAGES DES PARTICULIERS, DIRECTRICE RÉGIONALE EST DU CANADA, ASSURANCE SÉLECTE DES PARTICULIERS, AIG



Les besoins des clients VIP dépassent également nos frontières. Ces derniers ont parfois des propriétés ailleurs dans le monde ou encore une collection d'art dont certaines œuvres peuvent transiter du musée du Louvre au Musée des beaux-arts de Montréal. Les assureurs doivent être en mesure de suivre l'évolution des biens du client, ainsi que leur transport et leur couverture dans différents pays.

La responsabilité civile prévue au contrat d'assurance habitation standard est souvent insuffisante pour répondre aux besoins du *high-net-worth individual*. « Un client pourrait étendre la portée de sa responsabilité complémentaire pour lui permettre de louer une voiture en Italie pendant 60 jours sans inquiétude », illustre M. Coyle.

Les employés de maison qui travaillent pour ces bien nantis, comme un concierge ou la personne chargée d'entretenir la résidence, pourraient également être ajoutés à même leur contrat d'assurance.

Finalement, il y a les demandes atypiques, exclusives au marché VIP : « Nous avons déjà eu une demande pour assurer un sous-marin, se souvient M<sup>me</sup> Bossé. On nous a aussi demandé d'assurer certaines nouvelles technologies qui présentent un niveau de risque plus complexe ou encore des biens à caractère unique et de valeur pratiquement inestimable. »

## L'IMPORTANCE DES NOTES AUX DOSSIERS, MÊME EN ASSURANCE VIP

Un cas d'assurance VIP s'est retrouvé récemment devant la Cour d'appel de l'Ontario. Une des familles les plus riches au Canada a poursuivi son courtier devant les tribunaux pour une somme de deux millions de dollars à la suite d'un vol survenu à sa résidence, prétendant que celui-ci avait omis de leur conseiller d'augmenter la valeur de la limitation prévue à son contrat d'assurance habitation relativement aux bijoux et à l'argent comptant. Selon le courtier, une protection accrue aurait été refusée par le client qui, lui, clame qu'il aurait accepté de la hausser, compte tenu de la valeur des biens qu'il possède. Le premier jugement réfute le plaidoyer du courtier, invoquant qu'il n'avait pas noté au dossier qu'une telle protection avait été offerte et refusée par le client. La cause est aujourd'hui en appel.

**VOUS ACCOMPAGNER DE TOUTES NOS FORCES.**



**Pour concrétiser vos affaires en toute confiance.**

Notre réseau de courtiers d'assurance indépendants regroupe plus de 100 cabinets qui profitent en tout temps :

- d'une vaste sélection d'assureurs;
- de rémunérations supplémentaires;
- d'outils de travail complets et en constante évolution;
- d'un service et d'un soutien adaptés à votre réalité.

Cabinets d'expérience ou débutants dans l'industrie, prenez place avec nous!

Contactez Madame Renée Moore  
Directrice développement des affaires  
[renee.moore@courtiersunis.com](mailto:renee.moore@courtiersunis.com)  
Sans frais : 1 888 660-5544

  
**COURTIERS UNIS**  
LE RÉSEAU DE COURTIERS  
D'ASSURANCE INDÉPENDANTS  
[courtiersunis.com](http://courtiersunis.com)

S'unir c'est pouvoir



### Une évaluation essentielle

Le représentant en assurance de dommages n'étant pas évaluateur, il doit conseiller à son client de faire appel à un expert en évaluation en vue de déterminer le montant pour lequel il doit être assuré. En assurance VIP, ce service est couramment offert par l'assureur. « C'est primordial, puisqu'une sous-évaluation de la valeur des biens aurait des conséquences trop considérables, tant pour le client que pour nous », note Dan Coyle, en ajoutant qu'une telle approche simplifie largement le règlement des sinistres, l'inventaire et l'estimation des biens ayant déjà été réalisés.

Maryse Bossé souligne que « l'évaluation est une condition *sine qua non* pour être en mesure d'offrir des protections adéquates et une gamme complète de services. Par ailleurs, nous avons recours à des professionnels qui ont une expertise reconnue, notamment lorsqu'il s'agit d'évaluer une résidence luxueuse présentant une complexité sur le plan architectural et quant aux choix des matériaux, ou encore d'évaluer une maison patrimoniale ou centenaire. »

### La prévention, au cœur de la souscription

Le rapport d'évaluation et d'inspection inclut généralement une série de mesures de prévention que le client peut mettre en œuvre pour limiter les dommages, et même prévenir les pertes. M<sup>me</sup> Gosselin en parle souvent avec ses clients: « Système d'alarme contre le vol ou l'incendie, système de détection et d'interruption de fuites d'eau, caméras de surveillance, détecteur de chaleur ou de baisse de température pour prévenir le gel des tuyaux, installation d'une génératrice, la liste est longue, prévient-elle. Mais, de manière générale, les clients apprécient ces suggestions. »

Un crochet inadéquat? « Le rapport d'inspection peut aller jusqu'à contenir de judicieux conseils, comme le remplacement d'un crochet jugé trop fragile pour y accrocher une œuvre d'art, le déplacement d'une toile exposée au soleil ou encore la disposition de bouteilles prisées dans une cave à vin », explique M<sup>me</sup> Bossé. Ces mesures peuvent permettre au client de prévenir ou de limiter d'éventuelles pertes de biens précieux et souvent irremplaçables.

Une nouvelle tendance se dessine également dans l'industrie: la réduction de l'empreinte écologique. « Nous pouvons accompagner nos clients au moment de la construction de leur résidence ou après un sinistre pour diminuer leur consommation d'énergie. Plusieurs crédits applicables à la prime d'assurance sont également offerts afin d'encourager l'adoption de nouvelles technologies qui visent la prévention de sinistres émergents ou prévisibles », conclut M<sup>me</sup> Bossé.

### Un service clé en main

Inutile de préciser que le client VIP est habituellement une personne très occupée avec des attentes élevées. « Les gens sont de plus en plus informés et éduqués, constate M<sup>me</sup> Gosselin. Mon rôle, comme représentante en assurance de dommages, est de fournir le plus d'information et de conseils à mon client pour qu'il soit en mesure de prendre une décision éclairée. » Il s'agit d'une obligation pour tous les représentants, mais la disponibilité, la flexibilité et la courtoisie s'ajoutent à la liste des qualités particulièrement recherchées par la clientèle VIP. « Les appels de courtoisie, quasi mensuels, sont nécessaires pour tisser un lien de confiance. »

Chaque cas est spécifique et requiert un service personnalisé. Ce service clé en main se poursuit également lors d'un règlement de sinistre, le cas échéant. L'approche « gants blancs » et l'expertise y sont pour beaucoup. Les experts en sinistre doivent être à l'affût du marché de l'art, des magasins de luxe et de certaines marques prestigieuses – ou du moins, s'entourer de spécialistes qui s'y connaissent lorsque cela dépasse leurs compétences. Connaître les biens des clients permet de mieux estimer leur valeur.

France Gosselin affirme que le travail des professionnels en assurance de dommages est plus stimulant que jamais: « Nous avons une occasion de nous démarquer. Certes, le travail est plus exigeant, mais il est aussi plus gratifiant quand on constate que notre client est suffisamment informé et conseillé, et qu'il a l'assurance d'avoir pris la bonne décision. » Elle conclut en affirmant que l'essence de son travail consiste à offrir un équilibre entre le produit, les conseils et l'éducation dans le but d'améliorer la gestion des risques. ■