



Entre transformation et tradition : comment Becobra contribue à l'avenir du courtage d'assurance

Le secteur belge du courtage d'assurance connaît une transformation fondamentale. Digitalisation, consolidation, évolution des attentes sociétales et réglementation de plus en plus complexe obligent le secteur à se repositionner stratégiquement. C'est dans ce contexte que l'association belge des courtiers d'assurance, auparavant BVVM-UPCA, a annoncé un nouveau nom et une nouvelle orientation : **Becobra**.

Mais ce changement va bien au-delà d'un simple rebranding. Il marque une évolution structurelle plus large du secteur, où agilité, spécialisation et orientation client occupent une place centrale. Cette initiative est avant tout portée par les membres de Becobra, qui participent activement à façonner l'avenir du secteur.

Lors d'une récente réunion de leadership, dirigée par la CEO de Becobra, **Valérie Nolens**, six courtiers se sont réunis pour discuter des principaux défis et opportunités. Leurs réflexions illustrent non seulement la dynamique interne du monde du courtage d'assurance, mais aussi son lien de plus en plus étroit avec les forces technologiques, sociétales et politiques.



Nouveau nom, nouvelle orientation

« Notre secteur doit s'adapter à un monde en transition », déclare **Steve Sartor** (Concordia), président de l'association. « Attirer des talents est plus difficile que jamais, la technologie transforme notre manière de travailler et la pression réglementaire ne cesse d'augmenter. Avec Becobra, nous construisons une association moderne, dynamique et tournée vers l'avenir. »

Pourquoi Becobra ?

Belgian : souligne la focalisation sur le marché local

Commercial : reflète une clientèle professionnelle, mettant en évidence la pratique quotidienne des membres

Insurance Brokers & Risk Advisors : affirme le rôle de conseil et la valeur ajoutée

Le nom reflète le feedback des jeunes professionnels du secteur, exprimant le besoin d'une marque en phase avec leur génération. Becobra répond à cet appel, en s'accompagnant de statuts actualisés et d'un nouveau siège conçu pour favoriser la collaboration.

Le renforcement des commissions techniques – Affaires Juridiques & Compliance, Affaires Sociales & Talents, Systèmes & Opérations, Solutions de Marché Vie et Solutions de Marché Non-Vie – jouera un rôle central pour mobiliser l'expertise, tant au sein du secteur qu'au-delà. Ces commissions s'appuient sur une connaissance du marché, sur des analyses juridiques et des cadres académiques pour élaborer des stratégies pratiques et tournées vers l'avenir. Elles intègrent l'apport d'experts externes et de stakeholders, renforçant ainsi leur rôle de pôles proactifs de concertation sectorielle.

Un paysage de risques plus complexe et des attentes accrues

Le monde de l'assurance est aujourd'hui marqué par une instabilité géopolitique croissante, une pression économique persistante et des profils de clients en évolution. Ces dynamiques exigent une révision des modèles de risque traditionnels.

« Ce qui paraissait lointain auparavant devient aujourd'hui beaucoup plus proche », explique **Lawrence Wagner** (Cigna International Health Services). « Les clients OIG et ONG avec lesquels nous travaillons sont confrontés à une augmentation des coûts et à des budgets de plus en plus restreints. Toutes les entreprises subissent une pression similaire. Maintenir la durabilité des programmes d'assurance est une préoccupation majeure. »

Pedro Matthynssens (Vanbreda Risk & Benefits) alerte sur les menaces cyber quotidiennes : « Nous enregistrons chaque semaine des incidents graves, et dans 4% des cas, l'impact financier dépasse 1 million d'euros. Dans 60% des cas, les pertes s'élèvent à plus de 100 000 euros. »

Il insiste sur le rôle des courtiers dans la réduction des risques : « Nous accompagnons nos clients par des campagnes de sensibilisation et les guidons dans des initiatives telles que le hacking éthique, des tests de phishing ou encore le suivi post-incident. La cybersécurité n'est pas qu'une affaire technique. C'est l'un des risques les plus critiques auxquels les entreprises sont confrontées aujourd'hui. »

Dans le domaine des avantages extralégaux, **Matthynssens** ajoute que l'absentéisme de longue durée atteint un niveau critique : « Un demi-million de Belges sont en incapacité de travail depuis plus d'un an. Les courtiers peuvent jouer un rôle actif dans la prévention, la réintégration et les stratégies de bien-être. »

Il ajoute que l'accessibilité financière des pensions devient de plus en plus un enjeu sociétal sous le nouveau gouvernement : « Cela pourrait ouvrir de nouvelles opportunités pour les courtiers afin d'accompagner à la fois les employeurs et les travailleurs », souligne **Matthynssens**.

De la pression réglementaire à un avantage concurrentiel

Ces dernières années, les courtiers d'assurance ont été confrontés à une augmentation significative des obligations de compliance. L'Union européenne en est un moteur important, avec pour objectif de renforcer la protection des consommateurs, la stabilité financière et l'intégrité des marchés. Cette vague croissante de réglementation constitue aujourd'hui l'un des thèmes les plus pressants pour les courtiers. Ce n'est pas seulement une charge administrative. Cela peut aussi être un levier pour la crédibilité et le positionnement sur le marché.

« La réglementation n'est pas l'ennemie », déclare **Dorsan Van Hecke** (Wilink Insurance). « C'est le terrain de jeu. C'est à nous d'en tirer parti intelligemment et de rester en tête. La compliance repose sur une intention positive : instaurer la confiance. Les exigences d'accès strictes permettent aux courtiers établis de se distinguer par leur expérience et leur fiabilité. »

 **La réglementation n'est pas l'ennemie - C'est le terrain de jeu.**
Dorsan Van Hecke (Wilink Insurance)

Pourtant, **Sartor** met en garde : « Il y a un risque que la surréglementation néglige les clients professionnels. On insiste trop sur la protection des consommateurs, comme si tous les clients étaient des particuliers. Le marché des entreprises a des besoins différents. »

Même au milieu d'un océan de règles, notre valeur ajoutée reste intacte – et elle ne fera que croître à l'avenir.

Steve Sartor (Concordia)

Van Hecke ajoute : « Une réglementation lourde impacte les coûts dans l'entière de la chaîne de valeur. Cela fait de nous des partenaires indispensables si nous prenons cette responsabilité et transformons le compliance en valeur ajoutée. »

Numérisation et IA : une épée à double tranchant

La technologie, et en particulier l'intelligence artificielle (IA), est sur le point de transformer en profondeur le fonctionnement des courtiers. Bien que la promesse d'efficacité et de montée en puissance opérationnelle soit réelle, cela entraîne aussi d'importants défis en matière d'intégration, d'éthique et de talents.

« Nous ne pouvons plus nous passer de l'IA », explique **Matthynssens**. « Nous testons actuellement plusieurs projets pilotes. C'est une technologie coûteuse, mais elle augmente la productivité et réduit les erreurs humaines. Même les plus petits courtiers étudient comment utiliser l'IA de manière ciblée, souvent dans des segments de niche. »

Van Hecke souligne l'importance d'une mise en œuvre réfléchie : « L'IA renforce l'analyse, mais nous devons rester critiques. Il existe un risque réel de dépendance et de perte d'expertise humaine. En même temps, il faut former les équipes à utiliser l'IA efficacement sans perdre leur sens critique. »

La transformation numérique n'est pas un phénomène nouveau, mais son accélération – portée par des attentes croissantes des clients en matière de transparence, d'accès immédiat et de communication digitale fluide – redessine le modèle de service du secteur. Les courtiers doivent s'adapter à cette nouvelle réalité, dans laquelle rapidité, simplicité et accessibilité sont devenues la norme pour les clients. Comme le souligne **Matthynssens** : « Du côté des assurances IARD (incendie, accidents et risques divers), les clients veulent désormais un aperçu en temps réel de leurs

polices, sinistres et risques – comparable à la facilité avec laquelle on suit un colis en ligne. Une telle transparence n'est pas un luxe, mais une exigence fondamentale. Dans le domaine des assurances groupes et avantages extralégaux, il y a un fort besoin de communication plus intuitive, réactive et personnalisée. Le secteur a du mal à répondre à cette demande, mais les nouvelles technologies offrent des perspectives pour combler ce fossé. »

Les clients veulent désormais un aperçu en temps réel de leurs polices, sinistres et risques – comparable à la facilité avec laquelle on suit un colis en ligne.

Pedro Matthynssens (Vanbreda Risk & Benefits)

Van Hecke met également en garde contre les risques liés à la cybersécurité et à la protection des données : « Nous devons rester vigilants. Tout le monde veut sa propre solution IA, souvent sans bien comprendre les risques. Les biais et les vulnérabilités sont réels. »

Consolidation et spécialisation : de la place pour tous ?

Dans le secteur du courtage d'assurance, la vague de consolidation redessine le paysage. Les acteurs de plus grande taille élargissent leur portée via des fusions et acquisitions, tandis que les courtiers plus petits se positionnent dans des niches spécialisées pour rester



compétitifs. Cette dynamique ne signe pas la fin des spécialistes indépendants ; au contraire, elle montre que l'agilité et l'expertise sont essentielles dans un marché en constante évolution.

Comme le souligne **Leen Verheyen** (Hillewaere Insurance) : *« Les petits acteurs resteront pertinents, les courtiers étant le canal de distribution privilégié des assureurs en Belgique. En outre, ces acteurs renforceront leur pertinence en se spécialisant. Les domaines de niche, comme la cyber-sécurité, exigent une expertise pointue et une grande réactivité. C'est là qu'ils peuvent vraiment se distinguer. »*

Les plateformes numériques peuvent aider ces acteurs spécialisés à compenser leur manque d'échelle. Pourtant, malgré ces solutions, de nombreux petits bureaux subissent une forte pression sur les prix. Parallèlement, les clients sont confrontés à une complexité croissante de leurs profils de risques, ce qui entraîne une demande accrue d'accompagnement spécialisé. La consolidation vers des structures plus grandes peut permettre de répondre à ces attentes, en offrant l'envergure nécessaire pour assurer, par exemple, une conformité ESG robuste, des reportings détaillés et des formations étendues pour le personnel.

La consolidation doit être au service du client – et non l'inverse.
Dirk Ector (ADD)



Les jeunes talents recherchent des environnements où leurs idées sont les bienvenues, où les datas servent à élaborer une stratégie, et où ils peuvent évoluer.

Leen Verheyen (Hillewaere Insurance)

Dirk Ector (ADD) met cependant en garde : *« Dans cette transition, nous ne devons pas perdre le client de vue. »* Il insiste sur l'importance de maintenir une approche centrée sur le client, malgré la croissance et la consolidation.

Orientation client et compétences humaines à l'ère numérique

Dans un secteur de plus en plus piloté par l'automatisation et l'IA, le facteur humain reste la force différenciante essentielle. La technologie accroît certes l'efficacité et offre les moyens de répondre aux attentes clients, mais c'est l'interaction humaine – empathie, interprétation et communication – qui, au final, construit la confiance.

À mesure que l'automatisation s'accélère, on attend des courtiers plus que des solutions strictement techniques : ils doivent savoir interpréter des besoins complexes et offrir des conseils personnalisés.

Le 'quoi' peut de plus en plus être pris en charge par les machines, mais le 'comment' reste profondément humain. Et c'est là que réside notre vraie valeur ajoutée.

Dirk Ector (ADD)

Matthynssens souligne : *« Ce sont les compétences humaines qui feront la différence demain. Les outils technologiques sont importants, mais la confiance, l'empathie et la compréhension des réels enjeux du client font la différence. »*

Ector confirme : *« Le client veut de la rapidité, de l'accessibilité et une approche personnalisée. Les outils numériques et les datas nous aident à y répondre. »* Mais il met en garde : la vraie difficulté, ce n'est pas d'avoir des datas, mais de bien les utiliser : *« Parler de datas est facile, les utiliser intelligemment l'est beaucoup moins. »* **Ector** prévoit un glissement clair dans les compétences requises : *« L'IA s'occupera du quoi. La vraie valeur sera dans le comment. Les compétences humaines comme l'empathie et l'interprétation seront décisives pour notre succès. »* Il insiste : *« L'avenir de notre métier ne dépend pas uniquement des données, mais de notre capacité à créer le lien humain. Écouter, traduire les besoins en solutions, instaurer la confiance : ce sont des compétences irremplaçables. »*

Verheyen partage ce point de vue du côté du développement des talents : « *Les jeunes talents recherchent des environnements où leurs idées sont les bienvenues, où les datas servent à élaborer une stratégie, et où ils peuvent évoluer. La technologie rend les choses possibles, mais ce sont les personnes qui les concrétisent.* »

Diversité et bien être : les fondements d'une croissance durable

Au delà des mécanismes de marché, Becobra met fortement l'accent sur des valeurs qui assurent la résilience à long terme : diversité, inclusion et bien être.

Matthyssens : « *Nous croyons fermement à la diversité. Nous avons actuellement 50 postes vacants. Alors que la moitié de la population d'Anvers et de sa région – où se trouve notre siège – est d'origine immigrée, et qu'un tiers des étudiants provient de milieux socio-culturels variés, nous devons accueillir cette diversité. Nous devons évoluer si nous voulons attirer et retenir les talents.* »

Wagner attire l'attention sur la santé mentale : « *Depuis la pandémie de COVID, les problèmes de santé mentale ont augmenté de 20 à 40%. Souvent invisibles, parfois stigmatisés : c'est une pandémie silencieuse. Les employeurs doivent construire des équipes résilientes.* »

Cela implique notamment de former les dirigeants et de développer une culture de travail où la santé et l'équilibre occupent une place centrale – tant pour les collaborateurs que pour l'ensemble de la population soutenue par notre secteur.

La diversité et le bien être ne sont pas des tendances ; ce sont les piliers des organisations prêtes pour l'avenir.

Lawrence Wagner (Cigna International Health Services)

Vers une association à impact réel

En tant qu'association professionnelle, Becobra ne se contente pas de répondre aux évolutions internes. Elle entend aussi devenir une voix centrale dans le débat sociétal sur l'assurance, les risques et la résilience.

Sartor conclut : « *Nous renforçons notre pertinence en nous attaquant aux enjeux actuels – cybersécurité, gouvernance, compliance, risques d'entreprise – et en collaborant activement avec d'autres associations.* »

Becobra souhaite également établir des liens solides avec le monde académique, les sphères politiques et le grand

public. Ces collaborations permettent à l'association de se positionner à l'intersection du savoir, de l'influence et de l'innovation. N'oublions pas les responsables de risques – les entrepreneurs et leurs équipes qui gèrent, évaluent et atténuent les risques complexes au quotidien pour obtenir leurs résultats – en tant que partenaires indispensables.

Ces partenariats veillent à ce que nos priorités stratégiques restent alignées avec les tendances sociétales et les besoins futurs, tant de nos membres que de leurs clients. Ainsi nous pouvons renforcer notre rôle, influencer les politiques publiques et attirer la prochaine génération de professionnels.

Nous accueillons des professionnels de tous horizons : assureurs, prestataires de services, même au-delà du secteur. L'enjeu est de renforcer l'ensemble de l'écosystème.

Steve Sartor (Concordia)

L'avenir de Becobra offre des opportunités claires pour son leadership de demain : s'appuyer sur ces fondations et générer un impact concret.

BÂTIR LA CONFIANCE. ACCUEILLIR LE CHANGEMENT. VOILÀ CE QUE REPRÉSENTE BECOBRA. CAR 'WHERE EXPERTISE MEETS COMMUNITY', LE PROGRÈS DEVIENT POSSIBLE.



Contact:

Valérie Nolens

Chief Executive Officer

valerie.nolens@becobra.be

M: +32 491 725 794

Becobra

Phoenix Building – 10ème étage

Boulevard du Roi Albert II, 19

B-1210 Bruxelles



www.becobra.be