



Articles principaux

6 Sondage

Les zones d'ombre du recyclage obligatoire

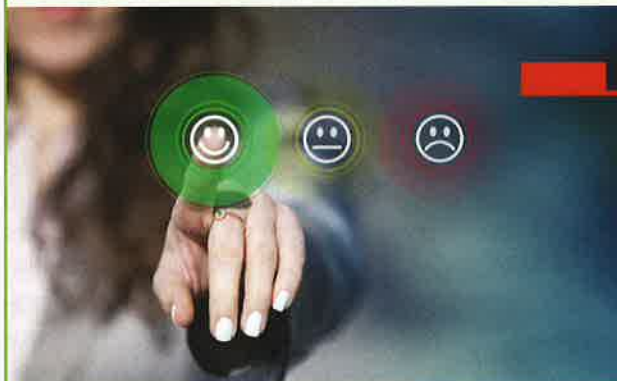
La plupart des organisateurs de formations se sont très rapidement adaptés à la crise du coronavirus et ont proposé des séances en ligne tout au long de ces derniers mois. Néanmoins, d'après les résultats d'un sondage mené auprès des fédérations d'intermédiaires d'assurance, les besoins de recyclage varient considérablement d'un bureau à l'autre. "Même si les organisateurs répondant aux nouvelles conditions de forme imposées pour les formations classiques et en ligne sont à présent suffisamment nombreux, nous devons rester attentifs à la qualité du contenu proposé", tels sont les propos recueillis.



9 co.mobility

Innover dans la mobilité de demain

Six acteurs belges de la mobilité ont rejoint un écosystème conçu pour développer de nouvelles solutions. Les six partenaires fondateurs de co.mobility sont AG, BNP Paribas Fortis, Brussels Airport Company, la SNCB, la STIB et Touring. Co-station joue le rôle de facilitateur de l'écosystème. Lors du lancement en avril dernier, plus de 40 entreprises et *startups* avaient répondu à l'appel. "co.mobility nous permet de partager nos ressources, nos talents et notre expertise", déclare Grégoire Talbot, l'initiateur de ce projet sociétal commun.



13 Capgemini & Efma

"Acheter en ligne est devenu la norme."

"Le client a avant tout confiance en lui-même. Le canal de vente numérique est devenu la norme. A cet égard, les personnes âgées sont même plus actives que les jeunes. Jusqu'à récemment, les clients commençaient d'abord par bien s'informer et s'adressaient ensuite à un courtier ou à un agent pour demander confirmation de l'information recueillie et souscrire une assurance. Nous constatons toutefois que les clients ont de plus en plus tendance à se fier à eux-mêmes, à faire confiance à des amis ou aux canaux numériques. Aujourd'hui, les assurances sont achetées, et plus vendues." C'est ce qu'il ressort du World Insurance Report 2020.



27 Planification financière

"La confusion est loin d'être dissipée."

Robert van Beek: "Dans le *Goal Based Financial Planning & Investing*, ce sont les objectifs personnels du client qui servent de point de départ et de fil rouge aux conseils. Ils sont traduits en solutions concrètes d'investissement. En pratique, il arrive hélas encore trop souvent que les institutions se basent (uniquement) sur leurs propres questionnaires de profil de risque. Ces questionnaires ne permettent pas d'identifier des objectifs spécifiques. C'est étonnant, car s'il y a bien une chose que nous apprend la planification financière, c'est que les gens se fixent plusieurs objectifs et que leurs priorités peuvent changer."

