

Communiqué de presse

Bruxelles, le 16 novembre 2016

Les employeurs veulent mieux exploiter le potentiel stratégique des assurances hospitalisation et de groupe

- Les avantages extralégaux ont le vent en poupe. Une communication plus efficace et plus intense sur les assurances hospitalisation et de groupe offrirait des opportunités stratégiques aux employeurs.
- À l'avenir, les employeurs souhaitent offrir davantage de liberté de choix pour les solutions de pension et de soins de santé qu'ils offriront.

Les avantages extralégaux sont désormais monnaie courante sur le marché du travail. Pour autant, les employeurs considèrent qu'il reste de nombreuses possibilités de les mettre en valeur en améliorant leur communication dans le cadre de leur politique HR, notamment pour les solutions de pension complémentaire et de soins de santé. De plus en plus d'employeurs souhaitent également apporter davantage de flexibilité au niveau du contenu de ces avantages extralégaux à l'avenir. Telles sont les principales conclusions d'une étude menée par AG Insurance en collaboration avec la Vlerick Business School auprès de plus d'une centaine d'employeurs.¹

Renforcer le potentiel stratégique des assurances hospitalisation et de groupe via une communication plus efficace et plus forte

Jamais les salariés n'avaient encore pu compter sur une offre d'avantages extralégaux aussi vaste, indiquait récemment le 'Baromètre des salaires Jobat 2016'². Dans le cadre de cette offre, 45 % des Belges peuvent compter sur une assurance hospitalisation professionnelle, tandis que pas moins de 75 % des salariés bénéficient d'un plan de pension complémentaire³.

Dans l'étude menée par AG Insurance et la Vlerick, les employeurs affirment pourtant que leurs collaborateurs n'estiment pas toujours ces avantages à leur juste valeur, ou bien ne sont pas en mesure de le faire. Ce constat s'explique notamment par le manque de moyens de communication au sein de l'entreprise et une méconnaissance de la part des travailleurs. Avec une voiture ou un smartphone de fonction, l'avantage est 'tangibile' et directement perceptible, ce qui est loin d'être le cas pour une assurance hospitalisation ou de groupe.

¹ Au total, plus de 100 employeurs belges issus d'entreprises de différente taille ont répondu au sondage.

² Baromètre des salaires Jobat 2016, une enquête menée auprès d'environ 30.000 travailleurs belges. Pour plus d'info : <http://www.jobat.be/fr/barometre-des-salaires/>

³ Chiffres d'AG Insurance.

Pour de nombreux employeurs, la clé consiste donc à communiquer davantage et à mieux communiquer à propos de ces avantages, ce que confirme également Jean-Michel Kupper, Directeur Employee Benefits & Health Care chez AG Insurance : *« L'enquête montre que près de trois quarts [73 %] des employeurs belges estiment que l'importance stratégique de la pension complémentaire et des soins de santé augmentera encore à l'avenir, notamment pour attirer les talents et les conserver. Près de neuf sondés sur dix [86 %] sont également d'avis que le personnel lui-même accordera davantage d'importance à ces deux avantages extralégaux. Une communication claire, digitale et transparente sur l'assurance hospitalisation et de groupe est donc plus que jamais vitale. »*

Dans l'ensemble, les employeurs belges estiment qu'il est de leur responsabilité d'aider leurs collaborateurs à comprendre ce que recouvrent les avantages extralégaux, bien que plus de la moitié des sondés [56 %] reconnaissent que cet exercice nécessite des efforts significatifs. Dans cette optique, plus de six entreprises sur dix [63 %] comptent sur leurs propres moyens de communication, le plus souvent via les canaux traditionnels [par e-mail, par téléphone et oralement]. Les entreprises semblent par ailleurs conscientes de l'importance croissante de la communication digitale : un entrepreneur sur deux [46 %] tient à participer activement à cette tendance. Plus de quatre entreprises sur dix [43 %] estiment que la digitalisation aura un impact considérable sur la communication relative aux pensions complémentaires et aux soins de santé.

L'étude montre également que les employeurs ne profitent pas assez des moments importants de la vie [nouveau travail, mariage...] pour sensibiliser le personnel à la valeur des avantages extralégaux. En cas d'augmentation salariale ou de promotion également, seule une minorité d'entre eux [8,7 %] informent leurs employés de l'impact de ce changement sur le plan de pension ou l'assurance hospitalisation, comme la hausse de la cotisation de l'employeur.

Les employeurs souhaitent offrir davantage d'options dans le cadre des solutions qu'ils offrent en matière de pension complémentaire et de soins de santé

Au-delà de la communication, la flexibilité relative au contenu des solutions de pension complémentaire et de soins de santé offre également des opportunités aux employeurs belges. Les plans dits 'cafeteria' seront de plus en plus prisés à l'avenir, comme l'explique Xavier Baeten, professeur à la Vlerick Business School : *« Actuellement, à peine deux employeurs sur dix permettent à leurs employés de faire des choix concernant un ou plusieurs avantages du package de pension complémentaire et de soins de santé, tandis que 68 % d'entre eux font part de leur volonté de le faire à l'avenir. Les employeurs souhaitent se profiler comme des 'caring employers' et à ce titre davantage impliquer leurs collaborateurs dans le contenu de leur package de rémunération, en leur laissant la possibilité de faire les choix qui répondent au mieux à leurs besoins individuels. »*

Pour autant, le professeur souligne aussi que cette liberté de choix n'est pas sans inconvénients : *« Les avantages complémentaires en matière de constitution de pension et de soins de santé sont des sujets relativement complexes, et la plupart des travailleurs n'ont pas les connaissances nécessaires pour poser les choix appropriés. Afin d'éviter une nouvelle hausse de la charge de travail au sein des départements HR, de nombreux employeurs suggèrent même de simplifier les produits et la communication qui y est liée. Des outils digitaux simples et clairs qui permettent d'informer les collaborateurs et de les accompagner dans leurs choix, via des simulations par exemple, suscitent également beaucoup d'attentes. »*

Pour plus d'informations sur cette étude, veuillez contacter :

Sven Adams

Press Relations AG Insurance

Tél: 02/664.83.56 - GSM: 0486/36.47.22

sven.adams@aginsurance.be

A propos d'AG Insurance

Avec une part de marché globale de 21,4 % fin 2015 (27,9 % en assurances-vie et 16,1 % en assurances Non-Vie), AG Insurance est le leader sur le marché des assurances en Belgique. La compagnie distribue ses produits via différents canaux, ce qui lui permet de servir chaque client de la manière qui lui convient le mieux : via les courtiers indépendants et les agents Fintro, via les agences de BNP Paribas Fortis et de bpost banque, et via les assurances de groupe pour les grandes entreprises. AG Insurance compte plus de 4.000 collaborateurs spécialisés. Pour plus d'informations, veuillez consulter www.aginsurance.be.