DÉBATS & OPINIONS

D&O L'AGEFI

Supplément publié dans l'édition de L'AGEFI Actifs du 13 novembre 2026

ASSURANCE-VIE LUXEMBOURGEOISE LES LIGNES BOUGENT



- UNE COLLECTE PORTÉE PAR LES INCERTITUDES POLITIQUES
- DES CONTRATS PLUS ACCESSIBLES ET PLUS DIVERSIFIÉS
- DIGITALISATION, RÉGLEMENTATION : LES NOUVEAUX DÉFIS DES ASSUREURS



Loïc Le FOLL

Directeur épargne patrimoniale

AG2R LA MONDIALE ÉPARGNE PATRIMONIALE



Frédéric SAUVAGE

Directeur commercial de Baloise Vie Luxembourg

baloise



Raphaël TORRES

Directeur commercial des marchés France, Luxembourg et Belgique

CNP LUXEMBOURG



Sébastien CHAMPION

Responsable des activités tiers gérant

Swissquote

Réalisé en collaboration avec L'Agefi et le soutien d'AG2R La Mondiale, Baloise, CNP Luxembourg et Swissquote.

UN MARCHÉ EN PLEINE MUTATION

Portée par les incertitudes politiques, l'assurance-vie luxembourgeoise poursuit son essor auprès des Français. L'arrivée de nouveaux distributeurs et la digitalisation accélèrent sa transformation, entre démocratisation de cette solution d'épargne et enrichissement de l'offre de services.

Dans un environnement complexe, l'assurance-vie luxembourgeoise séduit les épargnants français. Selon le Commissariat aux assurances (CAA), la collecte a progressé de près de 11 % au premier semestre 2026. «*Dans un environnement politique et économique incertain, les Français épargnent beaucoup, mais s'interrogent aussi sur la manière de protéger et de diversifier leur patrimoine,* souligne Loïc Le Foll, directeur épargne patrimoniale de AG2R La Mondiale et directeur général de La Mondiale Partenaire et de La Mondiale Europartner. *L'enjeu n'est pas simplement de placer son argent, mais de disposer de solutions adaptées à sa situation et à ses objectifs.*»

A l'approche des prochaines échéances électorales, le Luxembourg bénéficie déjà d'un regain d'intérêt, qui pourrait encore s'amplifier. «*Historiquement, nous observons un accroissement de la collecte au Luxembourg juste avant une année électorale*», poursuit le dirigeant. Pour autant, la croissance de l'assurance-vie luxembourgeoise ne saurait être assimilée uniquement à une fuite des capitaux français. «*Il faut relativiser le déversement de l'assurance-vie française vers le Luxembourg,* estime Raphaël Torres, directeur commercial des marchés France, Luxembourg et Belgique de CNP Luxembourg. *Il s'agit avant tout d'une diversification, également marquée par une croissance significative du marché français et de l'épargne de manière générale.*»

Les professionnels reconnaissent surtout une transformation plus profonde du marché, fruit d'un travail de pédagogie et de développement commercial mené depuis plusieurs années. Frédéric Sauvage, directeur commercial de Baloise Vie Luxembourg, en veut pour preuve l'évolution de ses échanges avec les conseillers en gestion de patrimoine. «*Nous n'avons plus à expliquer ce qu'est un contrat d'assurance-vie luxembourgeois,* rapporte-t-il. *Nous répondons plutôt à des questions techniques. Cela montre qu'il existe une adoption structurelle, qui résulte de nombreuses années de travail réalisées par la place.*»

Des contrats désormais plus accessibles

Longtemps réservée à la gestion de fortune, l'assurance-vie luxembourgeoise s'ouvre progressivement à de nouveaux profils d'investisseurs du fait de l'arrivée des distributeurs en ligne, à l'image de BoursoBank, Meilleurtaux Placement ou Yomoni. Certains de ces contrats sont accessibles à partir de 50.000 euros, bien loin des seuils historiquement pratiqués sur le marché.

Cette évolution répond aux attentes d'une nouvelle génération d'épargnants. «*Notre société et ses besoins évoluent. L'âge moyen des souscripteurs diminue, notamment parce qu'ils envisagent ou anticipent d'éventuels changements au cours de la vie de leurs contrats, dans un monde beaucoup plus tourné vers l'international qu'auparavant,* explique Raphaël Torres. *Ils s'intéressent également à certaines classes d'actifs qui sont accessibles uniquement, ou plus facilement, dans les contrats luxembourgeois.*»

Cette clientèle se distingue par des exigences accrues en matière d'expertise et de réactivité. «*Les offres qui lui sont destinées doivent désormais s'accompagner de solutions digitales développées et plus agiles. C'est donc ici une démocratisation du produit d'assurance vie luxembourgeois, dans le bon sens du terme*», poursuit-il.

Pour autant, Loïc Le Foll insiste sur la nécessité d'adapter les prestations aux besoins de chaque client. «*La démocratisation ne signifie pas nécessairement proposer la même offre à tout le monde,* indique-t-il. *Elle consiste à rendre accessibles à davantage de clients les bénéfices d'une approche patrimoniale exigeante, en adaptant le niveau de service, la complexité des solutions et les possibilités d'investissement. Un client qui investit 50 000 euros n'aura pas le même univers d'investissement qu'un client qui place un million d'euros.*» La réglementation luxembourgeoise définit d'ailleurs des catégories de clients selon la prime versée et la fortune mobilière déclarée, qui déterminent les supports accessibles.

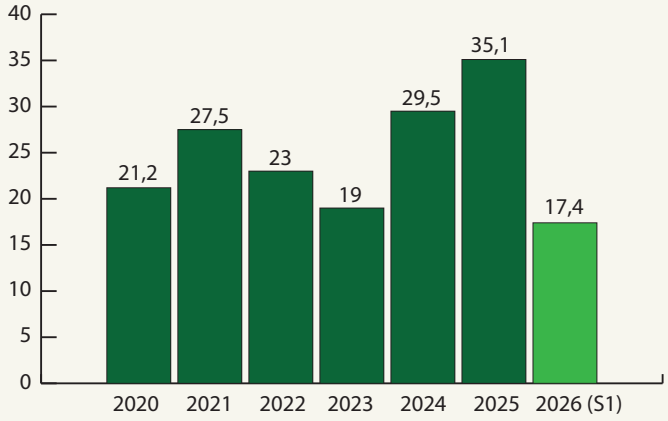
Ne pas oublier les fondamentaux

La pertinence patrimoniale de ces nouvelles offres reste néanmoins à déterminer. Raphaël Torres met en garde contre une commercialisation reposant exclusivement sur les arguments traditionnels de sécurité. «*Face à l'intérêt de souscripteurs pour le versement de primes à hauteur*

UNE COLLECTE TRÈS SOUTENUE

Evolution de la collecte en milliards d'euros

Après une année 2023 en demi-teinte, le Grand-Duché a enregistré un rebond des versements en 2024 et 2025. Le premier semestre 2026 demeure très dynamique.



Source : Commissariat aux assurances

de 50.000 euros, évoquer uniquement l'argument du triangle de sécurité luxembourgeois ne me semble pas pertinent, ceci dès lors qu'il existe en France un fonds de garantie permettant de couvrir la défaillance d'un assureur jusqu'à 70.000 euros», rappelle-t-il.

La souscription doit donc répondre à des besoins précis : diversification patrimoniale, mobilité internationale ou accès à des supports spécifiques. «*La question est de savoir si cela a du sens pour ces clients, notamment au regard de la diversification de leur patrimoine,* considère Sébastien Champion, responsable des activités tiers gérant chez Swissquote Bank Europe S.A. *Cela peut être pertinent de disposer d'autres enveloppes et de détenir des avoirs dans différents pays, sachant que tout est parfaitement transparent et déclaré à l'administration fiscale française.*»

La digitalisation, moteur de transformation du marché

Cette ouverture n'aurait pas été possible sans d'importants investissements technologiques. La digitalisation simplifie en effet la souscription et la gestion de contrats complexes, tout en réduisant certains coûts. «*Les banques dépositaires ont permis de faciliter les choses, d'abaisser les seuils et de rendre les contrats plus accessibles, ce qui favorise une adoption plus large*», souligne Sébastien Champion.

L'arrivée de distributeurs issus des *fintechs* pousse également les assureurs à repenser leurs processus. «*Nous sommes souvent perçus comme l'un des métiers les plus administratifs, avec beaucoup de documents et de signatures,* relève Loïc Le Foll. *Nous avons tous dû prendre le virage digital avec le Covid, mais c'était une digitalisation contrainte, réalisée dans l'urgence, pas nécessairement pensée dans une logique client. Nous devons désormais aller plus loin : ne pas simplement dématérialiser les processus existants, mais repenser les parcours pour les rendre plus simples, plus fluides et plus rapides.*»

La nouvelle phase est différente. «*Lorsque nous travaillons avec des acteurs nativement axés sur la technologie, tout est orienté vers le client,* ajoute-t-il. *Leur approche nous pousse à remettre en question nos habitudes et à concevoir des parcours plus intuitifs. Cette collaboration est bénéfique à toute la chaîne de valeur : au client, au distributeur et à l'assureur.*»

Les outils numériques améliorent ainsi l'expérience des souscripteurs mais aussi celle des intermédiaires, en fluidifiant les échanges et le suivi des contrats. Pour Sébastien Champion, ils permettent notamment de combler certaines lacunes historiques des services destinés aux professionnels du patrimoine.

Enfin, la digitalisation améliore aussi l'information des investisseurs. «*Nous disposons d'informations en temps réel sur notre plateforme,* fait valoir Sébastien Champion. *Nous pouvons donner un accès consultatif aux souscripteurs, même lorsque leur assureur n'est pas parfaitement digitalisé. Ils peuvent vérifier l'état de leur portefeuille à tout moment depuis leur téléphone, ce qui était impossible il y a encore quelques années.*» Or les attentes sont de plus en plus élevées en la matière notamment pour le suivi d'investissements complexes, comme le *private equity*.

Deux stratégies commerciales qui se dessinent

Si la digitalisation fait consensus, tous les assureurs ne souhaitent pas démocratiser leur offre. «*La digitalisation, certainement, et même à marche forcée,* affirme Frédéric Sauvage. *Mais la démocratisation ne nous intéresse pas tant que cela. Nous souhaitons utiliser la digitalisation et l'automatisation des données pour offrir de nouveaux services et des reportings beaucoup plus pointus.*» L'assureur a d'ailleurs fait le choix de relever ses seuils d'accès il y a deux ans. «*Certains partenaires qui nous l'avaient reproché reviennent aujourd'hui en nous disant qu'ils ont fait la même chose,* constate Frédéric Sauvage. *Nous préférons continuer à accompagner notre clientèle historique en lui proposant davantage de services.*»

PLF 2027 : UNE MENACE ENCORE DIFFICILE À CERNER

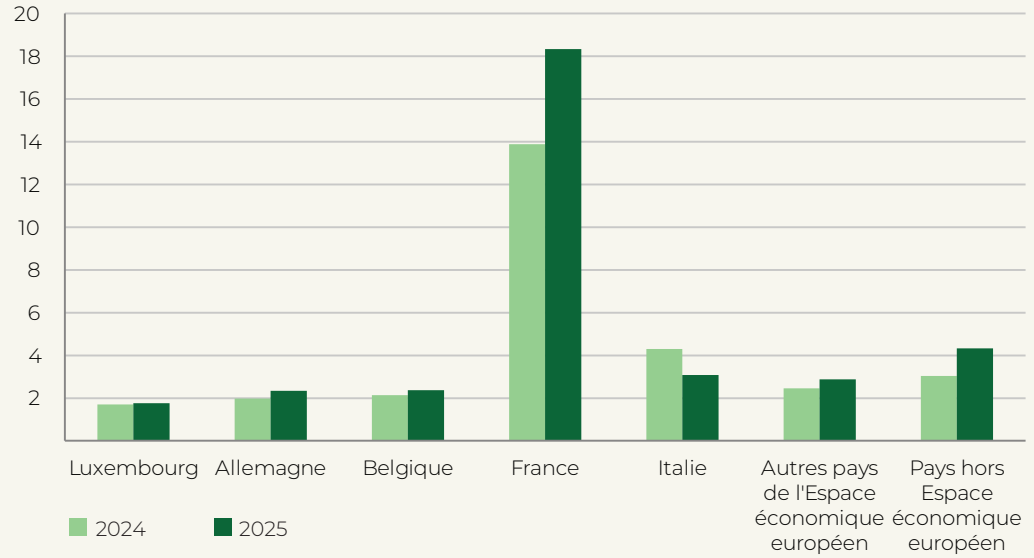
Le projet de loi de finances pour 2027, qui prévoit de remettre en cause les avantages fiscaux des contrats luxembourgeois dans certains cas de figure, suscite davantage d'interrogations que d'inquiétudes. « *L'objectif initial est de lutter contre des dispositifs abusifs, notamment les apports de titres dans les contrats*, relate Raphaël Torres. *Or ces opérations représentent une très faible part du marché.* » Même point de vue pour Loïc Le Foll : « *La lutte contre les abus fiscaux est un objectif légitime,* convient-il. *Il faut toutefois distinguer cet objectif de la question du cadre applicable à l'assurance-vie luxembourgeoise. Notre attention porte sur la proportionnalité des mesures envisagées et sur leur articulation avec les règles qui encadrent déjà ces contrats.* »

Le sujet des unités de compte, qui devraient présenter des « caractéristiques similaires » à celles admises dans l'enveloppe française, interpelle particulièrement. Le principal problème reste le flou entourant le texte. « *On parle de caractéristiques qui ne sont pas définies*, alerte Sébastien Champion. *Il conviendra donc que le texte soit clarifié.* » Enfin, Frédéric Sauvage pointe un risque plus général : « *Ce qui nous gênerait, c'est tout mécanisme mis en place par un pays pour freiner la libre prestation de services.* »

LA FRANCE CONFORTE SA PLACE DE PREMIER MARCHÉ

Après un bond de 56,3 % en 2024, les primes collectées auprès des clients français ont encore progressé de 32,1 % en 2025, pour atteindre 18,3 milliards d'euros, soit plus de 52 % de la collecte totale.

Evolution des primes d'assurance vie par marché géographique
(en milliards d'euros)



Source : Commissariat aux assurances

AU-DELÀ DE LA SÉCURITÉ, LA QUÊTE DE DIVERSIFICATION

Si le triangle de sécurité, qui renforce la protection des épargnants en cas de défaillance de l'assureur grâce à la ségrégation des actifs, constitue historiquement un argument majeur de l'assurance-vie luxembourgeoise, les motivations évoluent. «*On pourrait penser qu'il y a avant tout une recherche de sécurité. Pour autant, notre taux d'unités de compte est en croissance continue depuis deux ans chez CNP Luxembourg*», observe Raphaël Torres. Selon lui, «*c'est la définition même de la sécurité qui évolue*». Et de préciser : «*Ce qui sécurise les souscripteurs, c'est d'abord la confiance dans l'assureur, son expertise financière et son agilité dans la diversification des actifs. Ensuite vient la capacité à accompagner les clients en cas de déménagement, sans risque de requalification fiscale du contrat. Et enfin, le triangle de sécurité. C'est donc le cadre réglementaire luxembourgeois dans son ensemble et l'expertise de ses acteurs qui rassurent et sécurisent les souscripteurs.*»

Cette évolution explique la place prépondérante des unités de compte. «*Les clients qui cherchent à être très investis en fonds en euros vont plutôt souscrire un contrat français, notamment parce que leur rendement est légèrement moins élevé au Luxembourg, en raison du mécanisme de réassurance*», souligne Loïc Le Foll. Les assureurs proposant un fonds en euros conservent néanmoins des politiques commerciales attractives. «*Par nos offres commerciales, nous encourageons les investissements multisupports,* indique Raphaël Torres. *Dans nos contrats, le support en euros est avant tout utilisé comme produit d'appel ou comme support permettant des allocations tactiques à court terme, en fonction des conditions de marché.*»

De fait, l'univers d'investissement de l'assurance-vie luxembourgeoise est très vaste. «*Nous constatons une diversification des besoins et des clients*», estime Raphaël Torres. Avec la hausse des taux, «*on voit revenir des demandes pour des dépôts à terme sur des périodes courtes, dans l'attente de se positionner sur d'autres produits*», ajoute-t-il. Les obligations retrouvent également de l'intérêt. «*Nous voyons réapparaître des demandes de clients davantage ciblées sur la gestion obligataire, pour profiter de la hausse des taux*», remarque Frédéric Sauvage. Les produits structurés conservent leur place, tandis que les fonds de *private equity* et les fonds *evergreen* se développent.

Malgré les difficultés du non-coté, la demande persiste. «*Le private equity et l'immobilier non coté souffrent, mais nous constatons toujours une demande de clients historiques qui continuent à y investir et reprennent progressivement des positions*», pointe Frédéric Sauvage.

Autre tendance de fond : la progression des *exchange-traded funds* (ETF). «*Nous constatons une proportion d'ETF qui augmente par rapport aux fonds traditionnels,* observe Sébastien Champion. *C'est une demande qui vient davantage des souscripteurs que des distributeurs, car les ETF ne versent pas de rétrocessions.*» L'assurance-vie luxembourgeoise présente, selon lui, un avantage dans l'essor de ces véhicules : «*Dans un fonds d'assurance spécialisé, l'univers d'investissement n'est pas restreint à une liste définie par l'assureur, contrairement à ce que l'on observe souvent en France.*»

Enfin, le crédit lombard s'affirme comme un outil patrimonial complémentaire, dont l'accès là aussi s'élargit. «*Une banque privée traditionnelle luxembourgeoise commence généralement à prêter à partir d'un million d'euros. Aujourd'hui, nous trouvons des solutions dès 250.000 euros, notamment grâce à la digitalisation*», indique Sébastien Champion. Mais attention au contexte de taux : «*Faire du crédit pour créer du levier financier suppose que l'espérance de rendement soit cohérente avec le coût du financement,* précise ce dernier. *Quand les taux remontent, cela devient plus difficile.*» Autre limite : les actifs illiquides ou semi-liquides ne disposent généralement pas de valeur pouvant servir de garantie au prêteur.

La diversification recherchée dépasse désormais le seul choix des supports financiers. «*Année après année, nous voyons que la clientèle s'internationalise,* expose Loïc Le Foll. *Cela ne signifie pas forcément que les clients quittent la France, mais pour des raisons familiales ou professionnelles, ils peuvent avoir des comptes dans plusieurs pays, de manière légale et déclarée. Les solutions doivent pouvoir accompagner cette mobilité, dans le respect des règles applicables dans chaque pays.*» Certains franchissent aussi le cap de quitter la France, notamment pour l'Italie. «*Pour quinze clients qui parlent de délocalisation, il y en a peut-être un qui passe réellement le pas, mais la demande existe*», relève Frédéric Sauvage.

Cette internationalisation se retrouve à tous les niveaux, des investissements au choix des prestataires. «*La diversification peut passer par les sous-jacents, mais aussi par les devises, avec des actifs en dollars ou en livres sterling,* complète Sébastien Champion. *Nous constatons beaucoup de demandes pour des dépôts luxembourgeois, mais aussi, et c'est plus nouveau,*

hors d'Europe. » Une tendance confirmée par Frédéric Sauvage : « *Depuis 2024, nous observons un retour massif des demandes de dépôt des avoirs en Suisse, qui avaient presque disparu. Une évolution qui peut s'expliquer par une situation particulièrement anxiogène mais aussi par la volonté de bénéficier d'approches de gestion différentes.* »

A mesure que les offres financières s'enrichissent, la concurrence entre les assureurs luxembourgeois se déplace vers la qualité de service. « *Il y a quelques années, on allait chercher un produit, un taux. Aujourd'hui, la qualité d'exécution prend progressivement le pas sur le produit* », compare Loïc Le Foll. L'enjeu consiste désormais à améliorer la réactivité des assureurs. « *L'intelligence artificielle va accélérer cette transformation,* considère-t-il. *Elle peut nous aider à automatiser certaines tâches, à améliorer la qualité de traitement et à rendre nos équipes plus disponibles pour les clients et les partenaires.* »

Les attentes des clients se rapprochent en effet des standards bancaires. « *Au-delà de l'information réglementaire, les clients veulent obtenir de leur assureur les mêmes informations qu'auprès de leur banque digitale, avec la même rapidité. Or nous accusons encore un retard significatif* », reconnaît Frédéric Sauvage. Il observe aussi une sophistication des contrats, avec « *plusieurs poches dédiées aux produits structurés, au non-coté ou à la gestion discrétionnaire, parfois auprès de banques dépositaires différentes* », renforçant les besoins de *reporting*.

L'intelligence artificielle apporte déjà des réponses concrètes. « *Nous venons de lancer deux applications, notamment pour l'analyse des dossiers clients, qui permettent de gagner 20 à 30 minutes par dossier* », confie Frédéric Sauvage. Chez Swissquote Bank Europe S.A., des outils d'IA sont intégrés aux plateformes. « *Ils peuvent fournir des suggestions et des éléments de contexte,* développe Sébastien Champion. *Nous travaillons sur ces fonctionnalités car elles peuvent être différenciantes.* »

Pour Raphaël Torres, la priorité est claire : « *Pour notre clientèle en gestion de fortune, le temps est précieux. Ce qu'elle recherche avant tout, c'est qu'on lui facilite la vie. La digitalisation, la réactivité, la transparence et le sur-mesure comptent bien davantage qu'une offre promotionnelle ponctuelle.* »

UNE NOUVELLE CIRCULAIRE POUR GAGNER EN SOUPLESSE

Entrée en vigueur le 1er février dernier, la circulaire 26/1 du Commissariat aux assurances (CAA) assouplit les règles relatives aux conditions d'investissement. « *Cette circulaire est très technique,* estime Frédéric Sauvage. *Elle apporte des nouveautés, mais il s'agit surtout de peaufiner des pratiques anciennes.* » Parmi les avancées figure la simplification de la création des fonds internes collectifs (FIC). « *Auparavant, leur mise en place impliquait certaines lourdeurs administratives, telles qu'une notification préalable auprès du Commissariat aux assurances,* rapporte Raphaël Torres. *Désormais, il est possible de créer un FIC beaucoup plus rapidement.* » Un gain de réactivité utile pour saisir des opportunités d'investissement.

L'accès aux produits structurés pourrait surtout bénéficier de ces évolutions. « *Avant cette circulaire, il était possible d'intégrer des produits structurés dans les contrats luxembourgeois, mais c'était complexe et réservé, dans les faits, à des clients très fortunés,* explique Loïc Le Foll. *Désormais, un client qui souhaite investir dans quelques produits structurés à capital garanti pourra le faire beaucoup plus facilement.* » Sur ce point, l'offre luxembourgeoise se rapproche de celle des contrats français.

Sébastien Champion appelle néanmoins à la vigilance. « *Les produits structurés logés dans des fonds externes peuvent présenter un intérêt économique à court terme, avec des coûts moins élevés. Mais si l'on souhaite mettre en place du crédit lombard, cela ne fait pas forcément sens.* » Le choix du support doit donc tenir compte de la stratégie patrimoniale globale.

AG2R LA MONDIALE
winpart.ag2rlamondiale.com/fr/accueil

AG2R La Mondiale Epargne Patrimoniale propose des solutions d'épargne sur mesure à une clientèle patrimoniale haut de gamme, en France comme à l'international. Cette entité s'appuie sur l'expertise complémentaire de La Mondiale Partenaire en France, fondée en 1978, et de La Mondiale Europartner au Luxembourg, fondée en 1987, réunissant plus de 350 collaborateurs. Acteur majeur de l'assurance-vie patrimoniale, AG2R La Mondiale Epargne Patrimoniale propose des offres complémentaires distribuées principalement via plus de 200 partenaires, auprès de clients résidents français mais également sur des marchés tels que l'Italie et la Belgique. Sa stratégie repose sur l'innovation, un solide ancrage institutionnel et la complémentarité franco-luxembourgeoise, afin de répondre aux spécificités de chaque clientèle. La stabilité du groupe AG2R La Mondiale, son expertise, ainsi que son écoute des besoins de ses partenaires et assurés constituent ses principaux atouts. L'entité poursuit également le développement de ses services digitaux pour enrichir l'expérience de ses partenaires et assurés, tout en restant fidèle à ses valeurs d'écoute, d'expertise et de proximité.

BALOISE
baloise-life.com

Forte de son expertise financière et de sa connaissance des outils de gestion patrimoniale et de planification successorale, Baloise Vie Luxembourg S.A., filiale du groupe suisse Helvetia Baloise, propose des solutions d'assurance-vie innovantes et sur mesure destinées à une clientèle d'investisseurs exigeants et dont l'objectif est de combiner la gestion, la préservation et la transmission de leur patrimoine en toute sérénité.

Baloise Vie Luxembourg S.A. distribue ses produits d'assurance-vie dans plusieurs pays de l'Union européenne dont le Luxembourg, la Belgique, la France et le Portugal.

Les solutions d'assurance-vie proposées par Baloise Vie Luxembourg S.A. s'adressent à différents types de clientèle et particulièrement les « high net worth individuals ». La distribution de notre gamme de produits s'effectue par l'intermédiaire de réseaux de courtage et de partenaires financiers tels que banques privées, institutions financières ou family offices.

CNP LUXEMBOURG
cnpluxembourg.lu

La réponse à l'exigence d'une clientèle haut de gamme. Créée en 2015, CNP Luxembourg est une filiale à 100 % de CNP Assurances (entreprise du Groupe Caisse des dépôts) opérant en libre prestation de service (LPS). A destination d'une clientèle haut de gamme, CNP Luxembourg propose des solutions ouvertes à la souscription aux résidents fiscaux (personnes physiques et personnes morales patrimoniales) des pays dans lesquels l'offre est distribuée (Belgique, France, Italie) . Depuis 160 ans, CNP Assurances (notation S&P : A) assure la protection des personnes contre les aléas de la vie. Elle conçoit et gère des contrats en assurance-vie, retraite, prévoyance et protection (couverture de prêts et santé). Leader de l'assurance de personnes en France, leader de l'assurance-vie et de l'assurance emprunteur, CNP Assurances est également le 2e assureur-vie en France et le 4e au Brésil avec 36 millions d'assurés en protection de biens et de personnes dans le monde et 13 millions en épargne et retraite dans le monde. Le groupe compte 8.500 collaborateurs ayant pour mission principale de protéger l'avenir de chacun, au travers d'actions et solutions toujours plus innovantes.

SWISSQUOTE
swissquote.lu

Swissquote Bank Europe est la banque européenne du Groupe Swissquote (coté sur SIX : SQN) et est à l'avant-garde de l'investissement en ligne depuis plus de 25 ans. Plateformes numériques puissantes, tarification transparente et services bancaires personnalisés se conjuguent pour offrir aux clients privés, intermédiaires et institutions financières une approche plus puissante et plus efficace de la gestion de patrimoine. Domiciliée au Luxembourg, place favorable aux investisseurs, et notée AAA, Swissquote Bank Europe dispose d'un agrément bancaire complet et est réglementée par la CSSF, sous la supervision de la Banque centrale européenne. Swissquote Bank Europe combine la solidité et la fiabilité d'une banque luxembourgeoise avec la facilité d'utilisation et la transparence des prix qui sont traditionnellement pratiqués par les fintechs. Le groupe Swissquote emploie plus de 1.500 personnes dans le monde, dont 34 % dans des fonctions liées à la technologie. Avec plus de 100 milliards d'euros d'actifs clients, le groupe bancaire offre une large gamme de solutions bancaires et d'investissements numériques aux clients privés, institutionnels et intermédiaires financiers.

INTERVENANTS



Loïc Le FOLL

Directeur épargne patrimoniale

Loïc Le Foll, directeur épargne patrimoniale AG2R La Mondiale (directeur général de La Mondiale Partenaire et de La Mondiale Europartner), est actuaire de formation et titulaire d'un *master of business administration* (MBA) de la London Business School. Il a effectué toute sa carrière dans le secteur des assurances dont plus de la moitié à Luxembourg dans le développement de l'assurance patrimoniale.
Disposant d'une forte expérience, il a occupé successivement les fonctions de directeur des produits et des solutions patrimoniales chez Lombard International Assurance et de directeur général adjoint de Swiss Life Luxembourg, avant de rejoindre La Mondiale Europartner.
Depuis le 1er décembre 2022, Loïc Le Foll a intégré le comité exécutif d'AG2R La Mondiale en charge de la direction épargne patrimoniale qui regroupe La Mondiale Partenaire en France et La Mondiale Europartner au Luxembourg.



Frédéric SAUVAGE

Directeur commercial de Baloise Vie Luxembourg

Frédéric Sauvage est diplômé en philologie romane et également titulaire d'un master en administration des affaires (MBA) de HEC Liège. Il possède plus de 30 ans d'expérience dans le secteur bancaire en Belgique, dans l'assurance de groupe et dans la libre prestation de services à des clients et partenaires en France et au Luxembourg.
Frédéric Sauvage a rejoint Baloise en 2005. Dans le cadre de ses fonctions, il est chargé d'identifier les besoins des clients et des partenaires, de les traduire et de les appliquer en interne afin de trouver les solutions les plus appropriées.



Raphaël TORRES

Directeur commercial des marchés France, Luxembourg et Belgique

Raphaël Torres est responsable de la distribution et directeur commercial chez CNP Luxembourg pour les marchés France, Luxembourg et Belgique. Il contribue au pilotage de la stratégie commerciale sur ces territoires, après avoir occupé les postes de responsable du développement commercial (2022–2024) et de *relationship manager* (2018–2022).
Expert reconnu de l'assurance-vie luxembourgeoise, il valorise l'attractivité de la place financière, l'expertise de CNP Luxembourg, filiale de CNP Assurances, et l'innovation produit.
Il participe activement au développement international de CNP Assurances dans le cadre d'un modèle à haute valeur ajoutée.



Sébastien CHAMPION

Responsable des activités tiers gérant

Sébastien Champion, responsable des activités tiers gérant chez Swissquote Bank Europe, pilote la stratégie de développement des solutions à destination des professionnels du patrimoine en Europe, et notamment en France au travers de *family offices*, conseillers en gestion de patrimoine, sociétés de gestion et assureurs.
Ces apporteurs bénéficient des plateformes digitales et de l'offre produits de Swissquote Bank Europe (compte titres PP/PM, assurance-vie luxembourgeoise, crédit lombard).
Fort d'une expérience de plus de dix ans dans la gestion de patrimoine, Sébastien Champion a pu développer une expertise forte en assurance-vie luxembourgeoise où il a occupé des postes de commerciaux chez deux assureurs français.

L'AGEFI

L'Agence économique et financière fondée en 1911,
8 rue Bellini – 75116 Paris
Tél. : 01 41 27 47 00 - Site Internet : www.agefi.fr
Président, directeur de la publication : Nicolas Beytout
Directeur général délégué : François Robin (4768)
Directeur de la rédaction de L'Agefi : Alexandre Garabedian (4733)
Directeur commercial et développement : Laurent Luiset (4748)
Assistante commerciale : Sarah Negly (4729)
L'Agefi Actifs est édité par : AGEFI SAS au capital de 5 716 920 euros
Siège social : 8 rue Bellini - 75116 Paris
RCS : Paris 334 768 652 - N° Siret : 33476865200086
N° TVA intracommunautaire : FR 75 334 768 652, Principal actionnaire : Bey Médias Presse et internet
Conseil et contenus éditoriaux : Aurélie Fardeau - Conception graphique : François Quintin - SuzyLee
Impression : Imprimerie de Compiègne - 2, avenue Berthelot - ZAC des mercières - BP 60524
60205 Compiègne Cedex
N° CPPAP : 0328 T 80402 - N° ISSN : 3001-1507

D&O

PROCHAINE THÉMATIQUE

Marchés émergents