

RISK

Trimestriel

Assurance,
réassurance, finance
et risk management

Risk Management

Le changement climatique reste la préoccupation n°1 mondiale

Économie

Les 25 premiers courtiers d'assurances en Belgique en 2024

Numérique

Gouvernance des données dans l'assurance



9 BELGES SUR 10 INQUIETS DE LA SITUATION INTERNATIONALE LEUR COMPORTEMENT ÉCONOMIQUE CHANGE

Selon une enquête menée récemment par AG Insurance, on constate que les turbulences macroéconomiques actuelles inquiètent les Belges. Cette inquiétude se traduit par des tendances claires en termes d'habitudes d'achat et d'épargne : par exemple, 2 Belges sur 5 (39 %) déclarent dépenser moins pour des produits non essentiels tels que les vêtements, tandis que plus d'un tiers (35,1 %) dépensent moins pour les vacances.

L'enquête s'est également intéressée à l'impact sur l'attitude des Belges à l'égard des États-Unis : 1 Belge sur 4 (25,3 %) achète moins de marques ou de produits américains, et près de la moitié (44,5 %) pense que les entreprises belges et européennes devraient moins investir aux États-Unis.

Le temps dans lequel nous vivons ne se prête ni aux certitudes faciles, ni aux discours rassurants. La situation internationale est marquée par une instabilité profonde, par le retour de la guerre sur notre continent et par la banalisation de la violence comme mode de régulation des relations entre États. À cela s'ajoutent des crises multiples – climatiques, sociales, démocratiques – qui fragilisent les sociétés et nourrissent la peur, le ressentiment et la tentation du repli.

Nous voyons s'éroder, parfois à grande vitesse, des principes que nous pensions solidement ancrés : le primat du droit sur la force, la protection des populations civiles, le respect des libertés fondamentales, la reconnaissance de l'altérité. Le langage lui-même se durcit, se simplifie, se radicalise. Le doute cède la place à l'invective, la nuance à l'anathème. Des valeurs que nous croyions définitivement acquises, comme la démocratie et l'État de droit se dissipent.

9 Belges sur 10 sont inquiets

Au cours de l'année écoulée, le contexte international a été marqué par de profonds bouleversements. La multiplication des conflits, conjuguée à certaines orientations de la politique américaine, a contribué à installer un climat d'incertitude durable, dont les effets se font clairement sentir au sein de la population. Aujourd'hui, près de neuf Belges sur dix (88,7 %) se déclarent très ou assez préoccupés par la situation internationale. Cette inquiétude est particulièrement marquée en Wallonie, où elle atteint 92,4 %, contre 85,9 % en Flandre. Elle tend également à s'accroître avec l'âge. À l'inverse, seuls 2,3 % des répondants indiquent ne pas être du tout inquiets.

Cette anxiété diffuse n'est pas sans conséquence concrète sur les comportements. Elle influence directement les choix de consommation. Ainsi, 21,1 % des personnes interrogées déclarent réduire leurs dépenses en matière d'alimentation et de soins personnels. L'impact est encore plus net pour les dépenses dites non essentielles – vêtements, appareils électroniques, loisirs ou sorties – où près de 39 % des répondants affirment avoir resserré leurs budgets. On observe à cet égard une différence significative entre les femmes (42,3 %) et les hommes (35,5 %), les premières étant plus nombreuses à déclarer une réduction de ces dépenses.

Les vacances ne sont pas épargnées par ce mouvement de prudence. Plus d'un tiers des Belges (35,1 %), tous profils confondus – indépendamment du sexe, de l'âge ou du niveau d'éducation – déclarent aujourd'hui consacrer un budget moindre à leurs déplacements et séjours, en raison du climat d'incertitude ambiant.



Les effets de cette inquiétude se manifestent également dans le domaine des investissements financiers. Lorsqu'on interroge les répondants sur l'impact des développements internationaux sur leurs choix d'investissement, un signal clair se dégage : un quart des personnes ayant investi dans des produits américains ont réduit leur exposition. Concrètement, 23,6 % des détenteurs d'actions américaines investissent désormais moins dans ce type de titres. 22,2 % déclarent avoir diminué leurs investissements dans des fonds ou ETF américains, tandis que 27,7 % investissent moins dans le dollar.

Les montants ainsi dégagés n'ont pas disparu : ils ont été principalement réorientés vers des produits d'épargne (36,1 %), des comptes courants ou comptes d'épargne (40,9 %) et, dans une moindre mesure, vers des actions non américaines (24,8 %). Ce mouvement traduit une recherche accrue de sécurité et de diversification, au détriment de certains marchés perçus comme plus exposés aux tensions géopolitiques.

Une évolution comparable s'observe dans les comportements de consommation liés aux marques et produits d'origine américaine. Lorsqu'on interroge les Belges sur l'évolution récente de leurs achats de produits typiquement américains – qu'il s'agisse de boissons, de produits alimentaires ou de marques emblématiques –, 25,3 % déclarent en acheter moins aujourd'hui, contre seulement 3,8 % qui en achètent davantage. Là encore, une différence régionale apparaît nettement : cette tendance est plus marquée en Wallonie (30,6 %) qu'en Flandre (21,1 %).

Enfin, ces perceptions influencent également la manière dont les citoyens envisagent les stratégies d'investissement des entreprises. Interrogés sur l'opportunité, pour les entreprises belges et européennes, d'investir aujourd'hui aux États-Unis, 44,5 % des répondants estiment que ces investissements devraient être réduits. Cette opinion est particulièrement répandue parmi les personnes plus âgées (53,2 %), tandis qu'elle est moins partagée chez les plus jeunes (34,4 %). Les hommes (48,2 %) y adhèrent davantage que les femmes (40,9 %).

Dans l'ensemble, ces données dessinent le portrait d'une société marquée par une inquiétude profonde, qui se traduit par des comportements plus prudents, tant en matière de consommation que d'investissement. Elles rappellent combien le contexte international, au-delà des considérations géopolitiques, influence directement les choix économiques et financiers des citoyens et des entreprises.

Dans un environnement économique et géopolitique profondément fragmenté, notre responsabilité collective n'est ni de distribuer des jugements simplistes ni de céder aux lectures binaires d'un monde devenu complexe. Elle est plus exigeante : maintenir une approche humaniste et rationnelle, ferme sur les principes, ouverte dans les méthodes, et constante dans l'attachement au droit, à la concertation et au dialogue. Cela implique parfois d'accepter l'inconfort, de résister aux emballements de court terme, et de rappeler que la complexité n'est pas une faiblesse, mais une condition nécessaire à des décisions justes et durables.

L'espoir qui en découle n'a rien de naïf ni d'incantatoire. Il est actif, pragmatique et exigeant. Il se manifeste dans celles et ceux qui, souvent loin des projecteurs, travaillent chaque jour à préserver la stabilité, la confiance et la cohésion économique. Il s'exprime dans une société civile et dans des acteurs économiques qui refusent les logiques de repli ou de confrontation stérile, et qui continuent à privilégier le dialogue lorsque d'autres choisissent la rupture. Il repose enfin sur notre capacité collective à produire une parole mesurée, éclairée et responsable, fidèle aux valeurs de rigueur, de transparence et de confiance qui fondent une économie résiliente.

Vive la paix.

Patrick CAUWERT ■■■

SOMMAIRE

Edito	2
9 belges sur 10 inquiets de la situation internationale	
Risk Management	6
Le changement climatique reste la préoccupation n°1 mondiale	
Économie	9
Les 25 premiers courtiers d'assurances en belgique en 2024	
Numérique	12
Gouvernance des données dans l'assurance	
Législation	16
Quand mieux informer ne suffit plus	
International	18
The Geneva Association	
Entreprise	21
Plan PME	
Investissement	24
(Re)connectons la finance à l'économie réelle	



Entreprise	28
L'intelligence artificielle (ia) n'est plus un concept futuriste	
GDL	32
LC 26/1	
Mon courtier	34
Que faire en cas de dégâts de tempête ?	
Technique	36
La certification volontaire	
Risk Management	38
Un manager qui compte ne fait pas que compter	
Automobile	41
Le marché automobile belge en 2025	
Erato	44
Gourou	
Nymphes aquatiques	45
Croustillant gagnant	
Les Pépins	46
Contact	47