

Les entreprises membres de l'Association des Compagnies d'Assurances Moyennes (ACAM) ne se distinguent pas des grandes compagnies par leur seule taille. Toutes ont aussi un profil spécifique. Et toutes ne jouissent pas de la même notoriété auprès des intermédiaires ou du grand public. C'est pourquoi nous avons invité l'ensemble des membres de l'ACAM à nous présenter leurs produits et leurs activités. Dans ce numéro: Inter Partner Assistance (IPA).



Dirk Gauwberg

Dossier ACAM

IPA: focus sur l'assistance innovante dans le marché B2B

Dirk Gauwberg, Director Sales & Marketing: "Innovation, empathie, intégrité et professionnalisme, voilà ce qui caractérise notre métier."

Les preneurs d'assurance attendent toujours plus de leur assureur. L'intégration de formules d'assistance dans d'autres produits en phase sur le marché est de nature à rencontrer cette attente. C'est ce qu'estime Dirk Gauwberg, Director Sales & Marketing de l'assureur Assistance Inter Partner Assistance (IPA). L'assureur entend poursuivre son développement en se concentrant sur l'innovation. Le segment B2B est très demandeur.

L'histoire d'IPA remonte à la fin des années '50, lorsque Pedro Louis Poch, de Barcelone, a pour la première fois fourni aux touristes une assistance juridique à travers GESA Assistance. Dès 1963, les fondements ont été posés de ce qui allait être le 'one stop shopping' de l'assistance Roadside, Travel, Home et Health. Aujourd'hui, IPA gère environ 136.000 dossiers d'assistance et se présente, avec 30% des parts, comme le leader du marché B2B. Sont ainsi visés les banques et les assureurs qui introduisent une couverture d'assistance dans des produits vendus sous leur marque, les opérateurs de

voyages, certaines entreprises nationales et internationales, les secteurs de l'automobile et des télécoms, le secteur du logement, les entreprises de ressources humaines, les entreprises de la grande distribution, etc. qui sont intéressés à offrir à leurs clients ou à leurs collaborateurs des formules d'assistance sur mesure.

"Nos solutions d'assistance nous permettent de répondre directement à la pression élevée qu'exerce le style de vie actuel, au souci d'une garantie de qualité et à la nécessité d'une stricte gestion budgétaire dans les entreprises," explique Dirk Gauwberg. "Nos clients ont la possibilité, dans le cadre d'un one stop shopping, de composer sur mesure un package complet d'assistances qui leur permettra de se différencier à travers des solutions novatrices. Par ailleurs, ils souhaitent un prestataire de service qui soit capable de faire siens leurs problèmes avec un sens profond de l'empathie. Voilà pourquoi nous partageons avec eux une pensée stratégique et 'out of the box'. Ils ont le choix, dans une large

gamme, entre des produits à prix avantageux jusqu'à des services VIP. Dans tous les cas, ils peuvent compter sur la qualité et l'excellence d'un service transparent et axé sur le souci de résoudre les problèmes."

La composition d'un package personnalisé s'inspire du principe 'tick the box'. Au départ des quatre domaines de l'assistance (Home, Travel, Roadside et Health), le client peut se composer un paquet qui lui soit propre, en sélectionnant les Essential Benefits et en les enrichissant d'Add-on Benefits et d'Extra Digital Tools & Services. Le client B2B a ainsi la possibilité de mettre en œuvre à la perfection sa stratégie commerciale et de proposer des packages novateurs déjà définis. Quelques exemples: Mobility Care permet à un gestionnaire de flotte de garder ses coûts de mobilité sous contrôle et le Travel Security Package Intelligo est taillé aux mesures des voyageurs en classe business et des expats, y compris dans les zones de conflits. Le Home Extended Warranty Assistance est destiné aux consommateurs souhaitant une prolongation de garantie

de l'ensemble de leurs appareils ménagers et domestiques. Dans le segment Health, la formule Assistance psychologique dispense une aide aux collaborateurs de l'entreprise, tant à domicile que sur les lieux du travail. A travers le concept Life Cycle Care, IPA intervient dans les besoins d'assistance de toutes les tranches d'âge. Ajoutez à tout cela l'atout d'un grand confort avec, notamment, Lifeasy, une formule dans laquelle IPA mise une fois encore sur l'assistance intelligente. Le client a la possibilité de confier ses données personnelles à une plate-forme sécurisée. En cas de nécessité, les informations peuvent être débloquentées au moyen d'un code QR figurant, par exemple, sur le casque de motocycliste, sur le porte-clés, le sac à dos, le cartable, etc.

IPA a intégré la philosophie de l'assistance dans sa culture d'entreprise et l'a étendue à un contexte social élargi. "L'assistance est dans nos gènes," insiste Dirk Gauwberg. "A côté de bien d'autres initiatives, nous avons créé le Fonds IPA en 2011. Celui-ci consacre chaque année un montant considérable à un projet social que nos collaborateurs peuvent nous suggérer. Notre objectif d'innovation ne

se limite pas à l'enceinte de l'entreprise. Ainsi, IPA a sponsorisé l'événement Apps for Energy, une initiative d'essent.be liée à la co-création d'énergie innovante. Des étudiants et de jeunes professionnels ont planché sur des idées devant aboutir à un prototype de service qui utilisera les données en matière d'énergie."

QUESTIONS

Quels avantages retirez-vous de votre condition d'entreprise d'assurances spécialisée ou moyenne?

La focalisation: en tant que spécialistes de l'assurance Assistance d'urgence ou de confort, nous nous concentrons sur l'offre d'une gamme de produits très large dans quatre domaines, Roadside, Travel, Home et Health. Et la flexibilité: elle nous permet de rencontrer les besoins spécifiques de nos clients. Le client peut composer lui-même un package d'assistances sur mesures.

Et les inconvénients de cette condition?

Vu notre spécialisation d'assureur Assistance, notre potentiel de croissance est

plus limité que celui d'un assureur multi-branches.

Quelle est la plus grande réalisation à votre actif jusqu'à présent?

L'année 2012 fut celle du développement d'une série de produits novateurs, comme l'Extended Warranty Assistance, un produit d'upselling que nous avons mis au point à la demande de notre client B2B Luminus. Je pointerai encore le Travel Security Package Intelligo qui, d'une part, prépare en profondeur l'expat et sa famille à leur séjour à l'étranger, y compris dans des zones de conflit, et, d'autre part, apporte son soutien à l'employeur dans son Duty of Care. Enfin, en 2012 toujours, le partenariat avec DKV Belgium dans le cadre de l'assistance médicale.

D'importants changements sont-ils prévus dans un proche avenir?

Nous comptons continuer à nous consacrer à la croissance par l'innovation.

Quelles sont vos attentes à propos de l'implémentation de Solvency II?

Pour l'assureur Assistance que nous sommes, l'impact de Solvency II est limité.

Par quoi fut motivée votre décision d'affiliation à l'ACAM?

Nous voulons ainsi entretenir nos contacts avec les autres membres de l'association et découvrir les questions qui les préoccupent: leurs besoins, leurs attentes, les défis qu'ils ont à affronter...

Avez-vous un message important à transmettre aux lecteurs du Monde de l'Assurance?

Le secteur de l'assurance est confronté à un important défi de croissance. Les preneurs d'assurance réclament toujours plus de service. L'intégration de formules d'assistance dans des solutions d'assurance novatrices pourrait être un facteur décisif de différenciation.

Hans Housen

FICHE D'IDENTIFICATION

Dénomination: Inter Partner Assistance (IPA)

Structure juridique/structure de l'actionariat: Société anonyme, actionnaire: AXA

Date de création: 1998

Chiffre d'affaires: 56,1 millions d'euros (2012)

FTE (nombre de personnes occupées): 280

Part de marché: 30%

Mono- ou multi-branche: multibranche avec un éventail de produits d'assistance dans quatre domaines: Roadside, Travel, Home et Health

Spécialités/produits: One-stop shopping: gamme complète de produits d'assistance d'urgence et d'assistance de confort. En vertu du principe 'tick the box', le client B2B peut se composer lui-même à ses mesures une série de solutions au départ des domaines d'assistance Roadside, Travel, Home et Health qui le différencieront sur son marché.

Groupe(s)-cible(s): B2B et B2B2C (via les courtiers)

Région-cible: Benelux, réseau mondial

Canaux de distribution: B2B, B2B2C et B2C numérique

Contact: Avenue Louise 166 | B1 - 1050 Bruxelles
tél. +32 (0)2 550.04.00 | www.ip-assistance.be

