

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: Generali Belgium.



Eric Monsieur

## Dossier ACAM

# Generali Belgium

**Eric Monsieur: "Nous ne cessons d'innover en matière de produits, de service et de distribution."**

**"N**otre modèle de distribution intégré ne met pas Internet en concurrence avec le courtier, mais il donne à Internet une place dans son développement." C'est ce que souligne Eric Monsieur, directeur Distribution de Generali Belgium. Depuis 2009, Generali Belgium se transforme de manière affirmée en entreprise orientée client.

Au niveau international, Generali est un des principaux opérateurs financiers au monde. Le groupe est présent aujourd'hui dans plus de 60 pays sur les cinq continents et il compte 65 millions de clients. En Belgique, le groupe est présent depuis 1901, d'abord sous la raison sociale Assurances Générales de Trieste, qui visait à développer surtout des activités d'assurances Vie. Toutefois, ces activités ont bientôt été étendues à l'assurance Incendie et, essentiellement du fait de la dimension internationale de la compagnie, à la branche de la réassurance. Afin de donner plus de visibilité à la marque du groupe, la compagnie Generali Belgium a été créée en 1976. Elle résultait de la fusion des Assurances Générales de Trieste et de la compagnie Concorde-Minerve, reprise trois ans plus tôt par le groupe Generali. Ont suivi les fusions avec Les Patrons Réunis et avec l'Union des Assureurs (1993); Generali a ensuite intégré les activités belges de sa compagnie sœur néerlandaise De Nederlanden van 1870 (1997).

Avec un chiffre d'affaires de 553,9 millions d'euros en 2012, Generali Belgium sert aussi bien une clientèle d'entreprises que de particuliers et d'indépendants, en pro-

posant des solutions d'assurance Vie (59% du portefeuille) et Dommages (41%). La compagnie exerce par ailleurs des activités sur le marché immobilier. Generali Real Estate Investment gère un patrimoine de près de 147.000 m<sup>2</sup> d'espaces de bureaux, tant en Belgique qu'aux Pays-Bas.

### ORIENTATION CLIENT

Depuis 2009, Generali Belgium se profile de manière affirmée comme une entreprise orientée client. Une réorganisation interne a mené à la fusion des départements Vie et Non-vie en un seul département commun Operations. Eric Monsieur, directeur Distribution, explique: "L'intégration des deux départements nous permet d'avoir à tout moment une image complète de ce que représente le client. D'un simple regard, on a le profil du client, ce qui n'est pas le cas avec des départements distincts." Les services 'Generali Touch' sont une illustration de cette approche. Il s'agit de certains petits 'extras' destinés à rendre la vie plus facile. Le service 'Generali Touch' lié à l'assurance Incendie procure au client une réduction de 30% sur le produit Norton 360 Multidevice. Il lui offre ainsi 25 GB de back-up automatique de ses données informatiques et un antivirus, une protection contre les vols d'identité et autres menaces en ligne. Les prospects qui déménagent reçoivent un kit de cartons de déménagement. En assurance Auto, Generali fournit un service similaire: 15 euros de réduction en cas de check-up ou d'entretien, d'achat de pneus d'hiver ou d'été, de remplacement des freins, etc.

"Generali a toujours eu du flair en matière d'innovation," rappelle Eric Monsieur. "Nous avons été animés à cet égard par un esprit de pionnier. Qu'il s'agisse de produits ou de services, nous entendons servir nos clients aussi parfaitement que possible. En 2003, nous avons lancé le premier extranet complet pour courtiers. En 2006, nous avons lancé Claims, un outil on-line destiné au courtier pour la déclaration et la gestion des sinistres. La même année, nous avons lancé également des produits de pure capitalisation en branche 26. Plus récemment, nous avons mis sur le marché Auto un nouveau système de tarification, en remplacement du système de bonus malus. Ajoutez à cela le lancement de Care Invest, une assurance Vie liée à un fonds qui investit dans le secteur des maisons de repos. Au début de cette année encore, nous avons sorti Generali Cover, débuts sur le marché du premier package virtuel complet en IARD."

En 2011, Generali a lancé son 'Multi Acces', soit un modèle de distribution hybride, qui combine les services en ligne et la proximité locale du courtier indépendant. Eric Monsieur argumente à ce propos: "La réalité est que le client vit aujourd'hui de plus en plus en ligne et qu'il entend déterminer lui-même par quel accès il souscritra une assurance. Nous avons complètement transformé notre site generali.be, afin de rencontrer l'intérêt de ces clients qui, de plus en plus souvent, souhaitent utiliser Internet à la recherche d'informations sur leurs assurances. Le client qui les a trouvées sur le site peut

ensuite décider s'il veut être renvoyé vers un courtier ou s'il préfère souscrire lui-même on-line ou encore entrer en contact avec notre centrale d'appels. Nous avons réussi ainsi à mettre en place un modèle intégré de distribution. Nous ne mettons pas Internet en concurrence avec le courtier, mais nous faisons une place à Internet dans son développement et, dans le même temps, nous offrons au client l'occasion de souscrire certaines assurances en ligne."

## QUESTIONS

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

La flexibilité et la souplesse qui nous permettent de nous adapter aux conditions changeantes du marché, une prise de décision plus rapide et un service personnalisé aux courtiers.

### Et les inconvénients de cette condition?

Une moindre notoriété auprès du grand public.

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

Notre transformation, en cours depuis 2009, en une entreprise orientée client. Relevons à ce propos: le lancement d'une nouvelle identité de marque (2010-2011); la création d'un nouveau modèle de distribution, Multi Access, qui combine l'accès au Net au conseil personnalisé des courtiers indépendants (2011); une réorganisation interne menant à la fusion des départements Vie et Non-vie (2012) en un seul département Operations, de sorte que nous avons à présent une image unifiée du client; le lancement de la formule d'épargne innovante Care Invest. Elle est basée sur un fonds d'immeubles de maisons de repos (2012). La formule offre une solution alternative intéressante au livret d'épargne traditionnel.

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

La poursuite de notre évolution en une entreprise orientée client. Relève de cet exercice l'adaptation de notre gamme de produits aux besoins du client et l'amélioration de la qualité du service au client et

au courtier. Nous voulons leur démontrer qu'ils sont effectivement au centre des préoccupations de notre entreprise.

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

Generali Belgium est à jour dans son programme d'implémentation (elle s'appuie sur la structure du groupe qui veut une introduction commune et cohérente). La directive Solvency II vise à protéger dans une mesure étendue les clients en imposant des conditions strictes en capital afin de couvrir les risques, de sorte que les assureurs soient à tout moment en mesure d'exécuter leurs engagements. L'offre de produits sur les marchés va être redessinée dans la foulée: les gammes de produits qui absorbent trop de capitaux vont être revues, transformées ou supprimées. Le marché doit proposer des solutions alternatives qui requièrent moins de capital, mais qui restent intéressantes pour le client. Par ailleurs, la réglementation nouvelle ouvre un certain nombre de perspectives novatrices. 'Care Invest' est un bon exemple: c'est un produit de branche 23, une branche où les exigences en capital sont moins importantes. Le fait que le produit soit basé sur le marché stable et en croissance des maisons de repos fait que nous sommes en mesure de procurer un rendement plus intéressant que les livrets d'épargne et les produits de la branche 21.

### Depuis quand votre entreprise est-elle membre de l'ACAM?

Depuis une dizaine d'années.

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

Sur le marché belge de l'assurance évoluent un grand nombre d'acteurs de petite taille, qui ont chacun leur spécificité propre. L'ACAM permet de défendre au niveau sectoriel les intérêts spécifiques des assureurs petits et moyens, en vue d'une participation plus équilibrée à la prise de décision dans le marché et le secteur. Par ailleurs, l'ACAM constitue une plate-forme où peuvent s'échanger des expériences, des idées, des opinions. Cette motivation est toujours d'actualité.

**Hans Housen**

## FICHE D'IDENTIFICATION

**Dénomination:** Generali Belgium

**Structure juridique:** SA

**Structure de l'actionariat:** 100% Generali Group

**Date de création:** 1901

**Chiffre d'affaires:** 557,9 millions d'euros (2012)

**ETP (nombre de personnes occupées):** 481 (fin 2012)

**Part de marché:** 1,6% (1,9% en Non-vie et 1,5% en Vie)

**Mono-ou multibranche:** Multibranche

**Spécialités/Produits:** Produits d'épargne, de pension et de placement pour particuliers, indépendants et petites entreprises (branche 21, branche 23, branche 26, assurances Groupe)

Assurances Dommages pour particuliers et petites entreprises liées

**Groupe(s)-cible(s):** - Particuliers - Indépendants - Entreprises

**Région-cible:** Belgique

**Canaux de distribution:** Modèle de distribution Multi Access sous une seule marque 'Generali'

Canaux de distribution: courtiers, on-line et call center. Tous les canaux de distribution sont reliés les uns aux autres

**Contact:** Avenue Louise 149, 1050 Bruxelles  
tél. +32(0)2 403 87 00 (FR) - +32 (0)2 403 89 00 (NL)  
www.generali.be, generali\_belgium@generali.be