

De leden van de Vereniging van Middelgrote VerzekeringsMaatschappijen (VMVM) onderscheiden zich niet alleen in volume van de grote. Ze hebben ook allemaal een apart profiel. Omdat ze niet allemaal even bekend zijn bij de tussenpersonen en het grote publiek, hebben we alle leden uitgenodigd om hun producten en activiteiten voor te stellen. In dit nummer komt Generali Belgium aan de beurt.



Eric Monsieur

## VMVM-Dossier

# Generali Belgium

**Eric Monsieur: "We blijven innoveren op gebied van producten, diensten en distributie."**

**"O**ns geïntegreerd distributiemodel plaatst het internet niet in concurrentie met de makelaar, maar geeft het een plaats in zijn ontwikkeling." Dat vertelt Eric Monsieur, directeur distributie van Generali Belgium. Sinds 2009 vormt Generali Belgium zich bewust om naar een klantgerichte onderneming. Illustratie daarvan zijn de 'Generali Touch'-diensten, de lancering van de levensverzekering Care Invest en het nieuwe hybride distributiemodel Multi Access, dat onlinediensten combineert met de lokale nabijheid van de zelfstandige makelaar.

Internationaal vormt Generali een van de grootste financiële spelers ter wereld. De groep is present in ruim 60 landen op de vijf continenten en telt zo'n 65 miljoen klanten. In België is Generali aanwezig sinds 1901, eerst onder naam Assurances Générales de Trieste, dat vooral levensverzekeringsactiviteiten wou ontwikkelen. Maar die activiteit werd al snel uitgebreid naar 'Brand', en vooral dankzij de internationale achtergrond van de maatschappij, ook met de tak 'Herverzekering'. Om het merk van de Groep meer zichtbaarheid te geven, werd in 1976 de maatschappij Generali Belgium opgericht. Ze is het resultaat van de fusie van Assurances Générales de Trieste en Concorde-Minerve, dat drie jaar eerder door Generali was overgenomen. Nadien volgen dan nog de fusies met De Verenigde Meesters en de Unie der Assuradeuren (1993) en integreert Generali de Belgische activiteiten van de Nederlandse zustermaatschappij De Nederlanden van 1870 (1997).

Met een omzet van 553,9 miljoen euro in 2012 bedient Generali Belgium vandaag particulie-

ren, zelfstandigen en bedrijven met oplossingen in levensverzekeringen (59% van de portefeuille) en schadeverzekeringen (41%). De maatschappij is daarnaast ook actief op de vastgoedmarkt. Generali Real Estate Investments beheert in eigendom bijna 147.000 m<sup>2</sup> kantoorruimte, zowel in België als in Nederland.

### KLANTGERICHT

Sinds 2009 vormt Generali Belgium zich bewust om naar een klantgerichte onderneming. Er vond een interne reorganisatie plaats waarbij de departementen Leven en Niet-leven tot een gezamenlijk departement Operations werden gefuseerd. Eric Monsieur, directeur distributie: "Door de integratie van beide departementen, beschikken we altijd over een volledig beeld van wat de klant betekent. Zo'n single view op het klantenprofiel is onmogelijk met gesplitste departementen."

De 'Generali Touch'-diensten illustreren de klantvriendelijke identiteit. Het gaat om kleine extra's die het leven wat gemakkelijker maken. De 'Generali Touch'-dienst die verbonden is aan de brandverzekering geeft de klant een korting van 30 procent op het product Norton 360 Multidevice. Het biedt 25 GB automatische back-up van computergegevens (muziek, foto's en belangrijke bestanden), bescherming tegen virussen, identiteitsdiefstal en andere online bedreigingen. Verhuizende prospecten krijgen een kit van tien verhuisdozen aangeboden. In Auto biedt Generali een gelijkaardige dienst aan: 15 euro korting bij een check-up of een onderhoud, de aankoop van zomer- of winterbanden, de vervanging van remmen, schokdempers, enz.

"Generali heeft steeds een neus gehad voor innovatie", zegt Eric Monsieur. "We hebben altijd een pioniersgeest gehad. Of het nu gaat om producten of diensten, we willen onze klanten zo goed mogelijk bedienen. In 2003 lanceerden we het eerste complete extranet voor makelaars. In 2006 kwamen we met Claims, de online makelaarstool voor aangifte en beheer van schadegevallen. Datzelfde jaar lanceerden we ook de pure kapitalisatieproducten in Tak 26. Recenter hebben we een nieuw tariefsysteem gelanceerd in Auto, ter vervanging van het bonusmalussysteem. Voeg daarbij nog de lancering van Care Invest, een levensverzekering verbonden aan een fonds dat investeert in de rusthuissector. Begin dit jaar kwamen we met Generali Cover, het debuut op de Belgische markt van het eerste complete virtuele Boar package."

In 2011 lanceerde Generali 'Multi Access'. Het gaat om een hybride distributiemodel dat onlinediensten combineert met de lokale nabijheid van de zelfstandige makelaar. Eric Monsieur: "De realiteit is dat de klant vandaag steeds meer online leeft en zelf wil bepalen volgens welke ingang hij of zij een verzekering onderschrijft. We hebben onze website generali.be volledig herwerkt om die klanten te interesseren die via het internet steeds vaker op zoek gaan naar informatie. De klant vindt er alle verzekeringsinformatie terug en kan vervolgens zelf bepalen of hij naar een makelaar wil doorverwezen worden, zelf online een contract wil onderschrijven of contact wil met het callcenter. Op die manier zijn we erin geslaagd om een geïntegreerd distributiemodel op te bouwen. We plaatsen het internet niet in concurrentie met de makelaar, maar geven het een

plaats in zijn ontwikkeling, en tegelijk geven we de klant de kans om bepaalde verzekeringen online te onderschrijven.”

## ESSENTIËLE VRAGEN

### Wat zijn jullie voordelen als gespecialiseerde of middelgrote maatschappij?

Flexibiliteit en soepelheid om zich aan de veranderende marktomstandigheden aan te passen, snelle besluitvorming en persoonlijke service naar makelaars.

### Wat zijn jullie nadelen als gespecialiseerde of middelgrote maatschappij?

De lagere naambekendheid bij het grote publiek.

### Wat is de grootste verwezenlijking tot nu toe?

De omvorming, bezig sinds 2009, naar een klantgerichte onderneming. Illustraties daarvan zijn: de lancering van een nieuwe merkidentiteit (2010 – 2011); de lancering van een nieuw

distributiemodel, Multi Access, dat een combinatie vormt van aanwezigheid op het net en het persoonlijke advies van de onafhankelijke makelaars (2011);

- een interne reorganisatie waarbij de departementen Leven en Niet-leven tot een gezamenlijk departement Operations werden gefuseerd (2012) zodat er een single view ontstaat op de klant;

- de lancering van de innoverende spaarformule Care Invest. Deze is gebaseerd op een fonds van rusthuismobilien (2012). De formule biedt een interessant spaaralternatief voor de traditionele spaarboekjes.

### Zijn er belangrijke veranderingen gepland in nabije toekomst en op langere termijn?

Het verderzetten van de evolutie naar een klantgericht bedrijf. Daarin past het aanpassen van het productgamma aan de noden van de klant en de verbetering van de servicekwaliteit naar de klant en de makelaars. We willen hen het gevoel geven dat ze centraal staan in onze onderneming.

### Wat zijn de verwachtingen omtrent de implementatie van Solvency II?

Generali Belgium is op schema om klaar te zijn (steunt op de groepsstructuur die een gezamenlijke en coherente invoering nastreeft).

De Solvency II-regelgeving beschermt in sterke mate de klanten door strikte kapitaaleisen te stellen om de risico's af te dekken, zodat verzekeraars op ieder moment hun verplichtingen kunnen nakomen. De dalende rendementen op de spaar- en beleggingsproducten met gewaarborgd rendement zullen hierdoor nog verder terugvallen. Het productaanbod op de markten zal ook hertekend worden: productgamma's die te veel kapitaal opsorpen, zullen herzien, afgebouwd of geschrapt worden. De markt moet alternatieven aanbieden met minder kapitaalvereisten maar die toch interessant blijven voor de klant. Anderzijds biedt de regelgeving heel wat perspectieven: ze dwingt ons om na te denken hoe we ze enerzijds kunnen naleven en anderzijds toch innoverend kunnen zijn. 'Care Invest' vormt een goed voorbeeld: het is een tak 23-product, een tak waar minder kapitaalvereisten voor nodig zijn. Maar het feit dat het product gebaseerd is op de stabiele en groeiende immobiliënmarkt van de rusthuizen, zorgt ervoor dat we een interessanter potentieel rendement kunnen bieden dan de spaarboekjes en de tak 21-producten.

### Sinds wanneer is de onderneming lid van VMVM?

Sinds een tiental jaar.

### Wat was de motivatie om lid te worden van de VMVM?

De Belgische verzekeringsmarkt is een markt met veel kleine actoren die elk hun eigen specificiteit hebben. De VMVM bood en biedt de mogelijkheid om de belangen van de kleine en middelgrote verzekeringsspelers te verdedigen op sectorniveau en zo de markt- en sectorbesluitvorming op een evenwichtige manier te laten plaatsvinden. Daarnaast bood en biedt de VMVM nog steeds een platform om ervaringen, meningen en ideeën uit te wisselen. De motivatie om lid te blijven is vandaag nog steeds geldig.

**Hans Housen**

## IDENTIFICATIEFICHE

**Naam:** Generali Belgium

**Juridische structuur:** NV

**Aandeelhoudersstructuur:** 100% Generali Group

**Oprichtingsdatum:** 1901

**Zakencijfer:** 557,9 miljoen euro (2012)

**FTE (aantal personeelsleden):** 481 (eind 2012)

**Marktaandeel:** 1,6% (1,9% in Niet-leven en 1,5% in Leven)

**Mono-of multibranche:** Multibranche

**Specialiteiten/Producten:** Spaar-, pensioen- en beleggingsproducten voor particulieren, zelfstandigen en kleine ondernemingen (tak 21, tak 23, tak 26, groepsverzekeringen)

Schadeverzekeringen voor particulieren en kleine ondernemingen met elkaar verbonden

**Doelgroep(en):** - Particulieren  
- Zelfstandigen  
- Ondernemingen

**Doelregio:** België

**Distributiekanaal:** Multi Access-distributiemodel onder eenzelfde merknaam 'Generali'

Distributiekanaal: makelaars, online en callcenter. Alle distributiekanaal zijn met elkaar verbonden

**Contactinfo:** Louizalaan 149, 1050 Brussel  
tel. +32 (0)2 403 89 00 (NL) - +32(0)2 4038700 (FR)  
www.generali.be, generali\_belgium@generali.be