

HENRI DEBRUYNE, président et CEO du Medi

« La véritable menace vient des nouvelles formes de tarification »

Quelle est votre vision du marché automobile pour les agents généraux ?

Pour les agents comme pour les compagnies, le marché automobile est essentiel à l'équilibre économique des portefeuilles. Les parts de marché varient selon les acteurs : les mutuelles sans intermédiaires (MSI) dominent avec 44 %, suivies des compagnies à réseau d'agents à 41 % et des bancassureurs à 12 %. Quant aux assureurs directs ils plafonnent à 3 %. En termes de commissionnement des agents généraux, l'assurance automobile représente une proportion proche de 40 %, ce qui est loin d'être négligeable. La concurrence est toujours importante sur le marché des particuliers, mais il me semble que les agents généraux s'en plaignent moins qu'avant. Ils font des affaires en automobile et, en 2013, les parts de marché des compagnies et des agents sont restées stables.

Quels sont leurs atouts pour réussir sur ce marché concurrentiel ?

Les agents généraux, qui s'inscrivent dans une démarche proactive et s'occupent de leurs clients, n'ont pas grand-chose à craindre. Le marché est loin d'être perdu pour ceux qui sont les plus dynamiques et qui font preuve d'une démarche plus agressive. Je reste optimiste pour les intermédiaires de proximité qui connaissent leur environnement et cherchent à multiéquiper leurs clients. Les agents généraux ont une plus grande capacité à expliquer les contrats et à rassurer leurs assurés au moment d'un sinistre qu'un conseiller bancaire.

L'approche digitale ne doit pas mettre un terme à cette relation de proximité, car les prospects captés par Internet ont besoin d'avoir un contact humain à un moment ou à un autre de leur parcours.

L'enjeu pour les agents généraux est de transformer la relation à

distance en une relation de proximité.

Comment voyez-vous ce secteur évoluer ?

Aujourd'hui, le marché automobile est difficilement rentable à cause de la hausse de la fréquence et du coût des accidents corporels. Par ailleurs, la loi Hamon peut déstabiliser les portefeuilles et engendrer des coûts supplémentaires. Ces menaces vont conduire inévitablement à un rehaussement des primes, d'autant plus que nous avons, en France, les tarifs parmi les plus bas d'Europe.

Mais la véritable menace à mon sens vient des nouvelles formes de tarification. La tarification liée au comportement des assurés risque d'entraîner une forme de démutualisation. Ainsi, le travail de certains acteurs sur des niches de plus en plus affinées pose cette problématique de mutualisation des risques. Avec un effet mécanique pour les risques lourds qui devront payer plus cher pour s'assurer, voire ne trouveront pas d'assureurs. Il faudra mettre des barrières, sinon les pouvoirs publics s'empareront du sujet.

Par ailleurs, les habitudes des consommateurs changent. Par exemple, ils sont de plus en plus nombreux à opter pour la location de leur véhicule avec l'assurance et l'assistance comprises. Dans ce cas, il y a un déplacement des parts de marché de l'individuel vers le collectif et, qui dit collectif, dit perte de contact avec le client. Autant de sujets et de questions à résoudre.

Propos recueillis par A. V.

