

A professional portrait of Philippe Perret, a middle-aged man with a receding hairline, wearing a dark blue suit jacket, a white dress shirt, and a maroon tie. He is standing in a modern office environment with large windows in the background, looking directly at the camera with a slight smile.

PHILIPPE PERRET

DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE ASSURANCES

UNE STRATÉGIE CONFORTÉE PAR DES RÉSULTATS EN CROISSANCE

“ Nos solides performances financières nous permettent d’accélérer les investissements. ”

En assurance vie épargne, dans un contexte de marchés financiers difficiles, nous avons enregistré 11,8 milliards d’euros de primes, en hausse de 15 % par rapport à 2017. En France, les primes s’élèvent à 10 milliards d’euros, en progression de 13 %, avec une part en unités de compte de 31 %. Nous nous positionnons parmi les acteurs les plus dynamiques du marché avec une collecte nette de 1,9 milliards d’euros, représentant une part de marché supérieure à 9 %. À l’international, la dynamique d’activité est porteuse avec une collecte nette de 650 millions d’euros. Au total, les encours gérés par Société Générale Assurances atteignent 116 milliards d’euros à fin 2018, soit près du double d’il y a dix ans.

La protection enregistre-t-elle des progressions comparables ?

En protection, les primes ont été multipliées par quatre sur les dix dernières années et atteignent 1,68 milliards d’euros à fin 2018, en hausse de 8 %. À l’international, les taux de croissance sont de 7 % en prévoyance et de 31 % en assurance dommages. Toutes les entités sont en progression, les développements en Russie et en Italie étant particulièrement dynamiques. En France, Société Générale Assurances continue de gagner des parts de marché sur les deux familles de produits de la protection, la prévoyance et l’assurance dommages.

... / ...

Dans un contexte de transformation des métiers de l’assurance, comment Société Générale Assurances a-t-elle évolué en 2018 ?

2018 est une bonne année pour Société Générale Assurances avec des performances commerciales soutenues sur l’ensemble des activités et un chiffre d’affaires record à 13,5 milliards d’euros. L’intégration d’Antarius, la compagnie d’assurance de personnes dédiée au Crédit du Nord, sur l’ensemble de l’exercice, a contribué à l’accélération de l’activité.

Dans cette dynamique de développement, comment vos résultats financiers ont-ils évolué ?

En 2018, le résultat net de Société Générale Assurances a atteint 368 millions d'euros, en hausse de 7% par rapport à 2017. Les réserves financières ont été significativement renforcées et portées à 5% des encours en euros, contre 4,5% l'année précédente.

Ces performances financières solides confirment la pertinence de notre stratégie de croissance articulée en deux axes de développement complémentaires : continuer à capter le potentiel du modèle de bancassurance intégré et accélérer le développement des partenariats en diversifiant les modèles de distribution.

“ Le modèle de bancassurance intégré n'a pas encore livré tout son potentiel ! ”

De quelle marge de progression disposez-vous sur le modèle de bancassurance intégré ?

Sur ce premier axe de développement, nous ambitionnons de poursuivre notre stratégie de conquête auprès des clients des réseaux de Banque de détail et des Banques privées du Groupe. Dans un environnement marqué par l'évolution accélérée des attentes des clients, l'émergence de nouveaux modes de distribution et la transformation des réseaux du Groupe, je reste convaincu de la puissance de notre modèle de bancassurance intégré. Notre avantage concurrentiel sur les autres acteurs du marché réside



“ J’ai la conviction que nos deux axes stratégiques – bancassurance intégrée et partenariats – vont se développer en parallèle. ”

dans la fréquence des contacts avec nos assurés à travers de multiples canaux : nous communiquons aujourd’hui avec nos clients via les conseillers bancaires, mais aussi par téléphone, par internet et au travers des applications bancaires.

La nature de la relation a évolué, elle est devenue “multi-canal” voire “omni-canal”, si bien que nous observons aujourd’hui une plus grande intensité de contacts avec nos clients qu’il y a dix ans. À nous de proposer les bonnes solutions au bon moment, et pour cela, d’utiliser efficacement les données dont nous disposons sur les clients, dans le respect des réglementations.

En partenariat avec les réseaux de distribution du Groupe, nous faisons évoluer notre modèle relationnel vers un modèle “phygital” qui allie l’efficacité du digital et l’expertise des conseillers. Ainsi, nous développons des parcours de souscription directe qui permettent au client de réaliser un devis depuis son smartphone puis de souscrire en ligne ou via un téléconseiller s’il le souhaite. Désormais, 15% des ventes se font en ligne ou via les centres de Relation Client. Ces nouveaux parcours client montent en puissance. Le modèle de bancassurance intégré n’a pas encore livré tout son potentiel !

Pourquoi avez-vous décidé l’ouverture d’un second axe stratégique ?

Nous avons développé ces dernières années un socle solide de partenariats en assurance vie épargne et en protection. Dans un contexte marqué

par l’évolution des modèles de distribution et par des exigences élevées en matière de *time-to-market* et d’innovation, notre ambition est de capitaliser sur les forces de cette activité partenariale et de l’élargir pour capter de nouvelles sources de croissance en accélérant le développement de nos partenariats et de nos *business models* complémentaires à la bancassurance.

L’ouverture de notre modèle est facilitée par les nouvelles technologies et nos systèmes d’information modulaires. Avec les interfaces de programmation (API), nous sommes en capacité de proposer des offres à des partenaires extérieurs de façon efficace, en maîtrisant nos coûts et nos processus de tarification, tout en conservant la relation client sur notre domaine d’expertise.

Quelle est votre vision pour les exercices à venir ?

J’ai la conviction que nos deux axes stratégiques – bancassurance intégrée et partenariats – vont se développer en parallèle. Nos solides performances financières nous permettent d’accélérer les investissements sur l’innovation, l’ouverture des systèmes d’information, l’agilité des processus et la valorisation des données. Ces leviers majeurs, porteurs de différenciation concurrentielle pour Société Générale Assurances, nous permettront de capter les opportunités d’un environnement en transformation rapide, au service de la satisfaction de nos clients ■