

# La concurrence est vive sur le marché de l'assurance

Autor(en): **Dufief, Michel / Pelletier, Richard le**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **74 (1994)**

Heft 4

PDF erstellt am: **08.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-886698>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## La concurrence est vive sur le marché de l'assurance

Entretien entre Michel Dufief, Directeur Général de la Zurich Assurances, Paris et Richard le Pelletier

**C**omme la plupart des grandes compagnies actives sur le marché, la Zurich est un généraliste de l'assurance. Elle commercialise ses différents « produits » au travers d'un réseau d'agents exclusifs (environ 500) et de courtiers situés pour leur majorité dans les centres urbains importants.

Cette année, la Compagnie française a dû faire face, simultanément, à certains changements internes :

- réorganisation de la société par métiers : entreprises ou particuliers alors qu'auparavant la distinction s'opérait entre réseaux et courtiers ;
- regroupement sur un site unique (rue Guillaume-Tell, Paris 17<sup>e</sup>) des différents services et directions auparavant éclatés dans le quartier du Boulevard Poissonnière, Paris 9<sup>e</sup> ;
- remplacement de l'outil informatique dans une grande partie des agences passage d'IBM à Bull) ;
- réorganisation qui a conduit à une sensible réduction des effectifs.

La reprise n'a pas eu lieu en 1994. Si le chiffre d'affaires a enregistré une hausse pour le secteur non-vie grâce notamment à l'activité Agences, et ceci en raison d'une politique volontariste, il est en stagnation si l'on prend en compte le secteur vie. La Compagnie enregistre par ailleurs de mauvais résultats pour le secteur entreprises.

L'augmentation du nombre de catastrophes naturelles, du coût des gros sinistres et du développement du phénomène l'Arson (terme anglais recouvrant les sinistres de détournement - réalisation d'un stock par des moyens répréhensibles) qui a toujours existé mais qui tend à s'amplifier dans les périodes de crise ou de difficultés économiques, rend la situation quelque peu préoccupante.

Ne voulant pas assurer n'importe quoi et à des conditions irréalistes, la Zurich reste très prudente sur les perspectives de reprise en 1995, d'autant que les compagnies d'assurances sont les dernières à ressentir les effets d'une amélioration du climat économique.

La pression de la concurrence est très forte, aussi la Zurich préfère-t-elle privilégier une politique de services aux clients (par exemple services de proximité au travers d'intermédiaires) plutôt qu'une politique de prix bien que des réductions commerciales soient toujours étudiées pour des clients ciblés ou recherchés. Un bon risque est un service bien tarifé (bon rapport des sinistres par rapport aux primes).

L'image d'une société suisse donc sérieuse est un atout appréciable auprès d'une clientèle « traditionnelle », notamment de particuliers moins au courant des arcanes du métier, alors que pour les entreprises, la réputation de la Compagnie dépasse la nationalité (la Zurich se classe, pour les risques entreprises, au 5<sup>e</sup> ou 6<sup>e</sup> rang).

Le marché français est considéré comme très avancé par la maison mère. Par exemple, le risque « particuliers » est libéralisé en France depuis une vingtaine d'années, ce qui n'est pas le cas en Suisse.

La société mère accorde une très large autonomie à ses filiales. Elle se considère plus comme un groupe multilocal que multinational. Sa direction reflète en partie l'implantation du groupe : elle comporte 5 Suisses, 2 Allemands, 1 Américain.

La France n'est pas un pays discriminant pour les sociétés étrangères. Les filiales françaises de groupes étrangers sont considérées comme des entités françaises à part entière.

Seules les succursales ont certaines obligations à remplir : ainsi, pour le secteur non-vie, jusqu'à il y a deux ans, il y avait obligation pour celles-ci de déposer auprès de la Caisse des Dépôts l'ensemble des titres représentant les engagements à l'égard des assurés (provisions sur risques encourus).

La part du chiffre d'affaires de Zurich France est d'un peu moins de 3 % de la totalité du chiffre d'affaires du groupe... à comparer avec les 26 % des Etats-Unis, les 23 % de la Suisse et les un peu plus de 13 % de l'Allemagne. ■