

## RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

### « Les agents sont une incroyable valeur ajoutée pour **Generali** »

PAR MARIE-CAROLINE CARRÈRE, JOURNALISTE - LE 29/10/2018

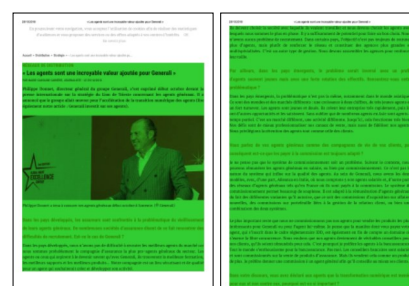
**Philippe Donnet**, directeur général du groupe **Generali**, s'est exprimé début octobre devant la presse internationale sur la stratégie du Lion de Trieste concernant les agents généraux. Il a annoncé que le groupe allait œuvrer pour l'accélération de la transition numérique des agents (lire également notre article : **Generali** investit sur ses agents).



**Philippe Donnet** a tenu à rassurer ses agents généraux début octobre à Sorrente. (© **Generali**)

**Dans les pays développés, les assureurs sont confrontés à la problématique du vieillissement de leurs agents généraux. De nombreuses sociétés d'assurance disent de ce fait rencontrer des difficultés de recrutement. Est-ce le cas de **Generali** ?**

Dans les pays développés, nous n'avons pas de difficulté à recruter les meilleurs agents du marché car nous sommes probablement la compagnie d'assurance la plus pro-agents généraux du secteur. Les agents ou ceux qui aspirent à le devenir savent qu'avec **Generali**, ils trouveront la meilleure formation, les meilleurs supports et les meilleurs produits... Notre compagnie est un lieu sécurisant et de qualité pour un agent qui souhaiterait créer et développer son activité.



Ils doivent choisir la société avec laquelle ils veulent travailler et nous devons choisir les agents avec lesquels nous sommes le plus en phase. Il y a suffisamment de potentiel pour faire un bon choix. Nous n'avons aucun problème de recrutement. Dans certains pays, l'objectif n'est pas toujours de recruter plus d'agents, mais plutôt de renforcer le réseau et constituer des agences plus grandes et multispécialisées. C'est un autre type de gestion. Nous devons rassembler les agences pour renforcer leur taille.

**Par ailleurs, dans les pays émergents, le problème serait inversé avec un profil d'agents souvent jeunes mais avec une forte rotation des effectifs. Rencontrez-vous cette problématique ?**

Dans les pays émergents, la problématique n'est pas la même, notamment dans le monde asiatique. Ce sont des mondes et des marchés différents : une croissance à deux chiffres, de très jeunes agents et un fort turnover. Les agents sont jeunes et doués. Ils créent leur entreprise très rapidement, puis ils ont d'autres opportunités et les saisissent. Sans oublier que de nombreux agents en Asie sont agents à temps partiel. C'est un marché différent, une activité différente. Jusqu'ici, cela fonctionne très bien. Nos défis sont de mieux professionnaliser nos canaux de vente, mais aussi de fidéliser nos agents. Nous privilégions la rétention des agents tout comme celle des clients.

**Vous parlez de vos agents généraux comme des compagnons de vie de vos clients, par conséquent est-ce que les payer à la commission est toujours adapté ?**

Je ne pense pas que le système de commissionnement soit un problème. Suivant le contexte, nous pouvons rémunérer les agents généraux en salaire, ou bien par commissionnement. Ce n'est pas la nature du système qui influe sur la qualité des agents. Au sein de **Generali**, nous avons les deux modèles, avec, d'une part, **Alleanza** en Italie, où nous comptons 5 000 agents salariés et, d'autre part, des réseaux d'agents généraux tels qu'en France où ils sont payés à la commission. Le système de commissionnement permet beaucoup de souplesse. Il est adapté à la rémunération d'agents généraux du fait des différentes variantes qu'il autorise, que ce soit des commissions d'acquisition sur affaires nouvelles, des commissions sur portefeuille liées à la gestion de la relation client, ou bien une combinaison des deux systèmes.

Le plus important reste que nous ne commissionnons pas nos agents pour vendre les produits les plus intéressants pour **Generali** ou pour l'agent lui-même. Je pense que la manière dont vous payez votre agent, qui s'inscrit dans le cadre réglementaire IDD, est également en fin de compte un domaine où s'exerce la libre concurrence. Nous voulons que nos agents deviennent de véritables conseillers pour nos clients, qu'ils soient rémunérés pour cela. C'est pourquoi je préfère les agents à la bancassurance. Tout le monde s'enthousiasme pour la bancassurance. Pas moi. Les conseillers bancaires sont salariés et sont commissionnés sur la vente de produits d'assurance. Mais ils vendent cela comme un produit de plus. Je préfère donner une commission à un agent général afin qu'il conseille au mieux ses clients.

**Dans votre discours, vous avez déclaré aux agents que la transformation numérique est menée pour eux et non contre eux, pourquoi est-ce si important ?**



Je pense que certains de nos concurrents font une confusion entre numérique et vente directe. Ce sont deux choses complètement différentes. Nous sommes un groupe avec de la vente intermédiée, mais nous avons également des filiales de vente en direct très performantes telles que [Generte](#) en Italie, Kosmosdirekt en Allemagne, ou la Caja en Argentine (qui fait de la vente directe et intermédiée). Nous n'avons rien contre la distribution directe, d'ailleurs nous envisageons de développer ce canal sur certains marchés où il pourrait être performant. Mais aujourd'hui, tout ce que nous faisons, nos relations avec nos clients et le rapport entre les clients et les agents généraux, doit se digitaliser. Nos vies, celles de nos clients et de nos agents, sont devenues numériques. Pour toucher nos clients, nous devons être présents sur le digital.

Il n'y a pas de contradiction entre l'interaction directe d'entreprise à client et l'intermédiation. Nous croyons fermement que la numérisation ne créera pas de désintermédiation. C'est la raison pour laquelle nous avons déjà commencé à investir dans la numérisation de nos agents généraux. Nous allons d'ailleurs accélérer leur transformation numérique. Ils doivent comprendre que notre stratégie consiste à investir massivement et sérieusement dans le numérique. Cela ne se fera pas contre eux mais pour et avec eux. Nous ne cherchons pas à contourner les agents, mais à mieux les soutenir et à mieux servir la relation entre eux et leurs clients, entre les clients et [Generali](#). C'est cette stratégie qui nous différencie aux yeux de nos clients.

Quand nos concurrents parlent des agents généraux, ils parlent de coûts. Pour moi, les agents sont, au contraire, une incroyable valeur ajoutée pour [Generali](#). C'est pourquoi nous voulons en tirer le meilleur parti et investir dans les outils digitaux qui vont accroître leur efficacité. L'assurance est quelque chose de très complexe. Personne n'achète un contrat d'assurance comme il achèterait des chaussures ou un livre sur Amazon. Vous cherchez un conseiller, quelqu'un qui puisse vous permettre de vous protéger le mieux possible selon vos besoins et ceux de votre famille. Ce que nous disons est assez simple : la technologie seule ne suffit pas. Les agents seuls ne suffisent plus. Les agents alliés à la technologie sont puissants. C'est notre stratégie « phygitale » et elle est différenciante.