



## L'Assurance, un produit tendance

Alors que les ventes de smartphones explosent, il s'en vole aussi de plus en plus. Dans ce contexte, l'assurance des produits nomades constitue non seulement un service à même de fidéliser les clients, mais aussi un véritable complément de marge pour l'activité d'une boutique.

**L**e constat est sans appel : plus de la moitié des agressions dans les transports, les gares et stations ont pour motif le vol du téléphone portable. Dans les transports, les smartphones représentent même plus de 80% des déclarations de vol. Notamment en Ile-de-France, les vols de smartphones avec violence explosent littéralement, en parallèle de la hausse des ventes. Au point que les forces de police ont fini par surnommer cela l'effet iPhone, même si une loi facilite depuis mars dernier le blocage des mobiles à distance. Et, au-delà des vols, il peut arriver qu'un smartphone tombe en panne ou tombe et se brise, tout simplement. Avec dans les méandres de sa mémoire interne toutes les données personnelles de votre quotidien,

irrémédiablement perdus. « *Tous les pays d'Europe devraient continuer à connaître une croissance plus ou moins importante des ventes de produits technologiques dans les années à venir* », estime Jean-Marie Guian, président du Directoire du groupe d'assurances SPB.

### L'assurance rentre dans les moeurs

« *Ajoutons à cela l'évolution des biens vers plus de sophistication et des attentes croissantes des consommateurs liées notamment aux usages permis par la géolocalisation. Autant de bonnes raisons pour constructeurs et distributeurs de placer l'assurance au cœur de leur offre de produits complémentaires.* »

Dans un tel contexte, on comprend que tous ces produits nomades high-tech représentent un marché à fort potentiel pour les assureurs, entre garanties perte, vol, casse et extensions de garanties... Le marché est porté par le succès des smartphones, dont le coût important et la relative fragilité incitent les acheteurs à s'équiper d'une assurance ad-hoc. « *Pour nous, l'assurance de ses produits nomades est en train de rentrer dans les moeurs*, estime Fabien Sachy, directeur du réseau Phoneo et responsable des activités de diversification d'Extenso Telecom. *Je vois deux raisons à cela : d'abord, le marché s'est orienté vers les smartphones, qui ont de plus en plus de valeur, de 300 € à 600 €, même si on ne perçoit pas toujours leur valeur immédiatement. Deuxième aspect, s'il fut un temps où le produit clé était le hardware, il y a maintenant les contenus, car les smartphones sont devenus des produits très intimes : photos, vidéos, notes personnelles, contacts... Toutes ces données ne sont pas forcément sauvegardées sur un autre support.*





milliards d'euros. Avec cette progression, le marché européen des assurances vaudrait 3,6 % de son marché sous-jacent. L'Espagne et l'Italie devraient connaître la plus forte évolution avec respectivement 84 % et 66 % de progression de leur marché d'ici 2014. Suit le marché français qui devrait croître de 50 % pour représenter plus de 350 millions d'euros de primes, alors que le marché des produits nomades devrait connaître « seulement » 13 % de croissance en valeur. Le taux d'attachement moyen progresserait également. « Au départ, l'assurance était plutôt un produit accessoire, précise Fabien Sachy. Là, elle devient un produit complémentaire à la vente. Comme je l'explique souvent, avec l'assurance, les revendeurs peuvent payer le loyer de leur boutique : cela ne suppose pas de trésorerie, pas de stock, que des services à vendre, c'est un vrai complément de marge. »

### Des montants couverts illimités

« Il y a quelques années, il n'y avait pas d'offres, se souvient Fabien Sachy. Nos points de vente prenaient des assurances auprès d'intermédiaires. Nous nous sommes dits qu'il n'y avait pas de raison de faire faire par un tiers ce que l'on savait faire. Nous avons

donc créé l'Assurance, avec un A majuscule. On a fait dans la simplicité ! Gras Savoye, courtier en assurance renommé, nous a construit une offre sur mesure. Nous la faisons évoluer tous les six mois, en nous nourrissant de l'évolution du marché, de la pression concurrentielle. Nous avons sorti la version 3 en octobre : la précédente proposait 3 niveaux d'assurance. Là, nous sommes passés à 8 offres, à 3, 6, 9 ou 12 € par mois. La version à 12 € couvre les appareils de type iPhone. Nous l'avons appelée Gala en hommage à la pomme ! Les montants couverts sont illimités, et nous avons ajouté un niveau de services, en proposant une extension de garantie, avec la sauvegarde des données et la géolocalisation du smartphone. Passer de 4 à 8 versions la rend plus facile à vendre, avec des niveaux de services différents permettant au distributeur d'être plus à l'écoute de la demande. Le but est aussi de gagner en temps de traitement du dossier. Là, nous sommes agréablement surpris par le niveau de ventes en « full options ». Dès le départ, nous savions qu'elle répondait à quelque chose qui n'existait pas forcément. » ♦

### La France, deuxième marché européen

La France est d'ailleurs le deuxième marché européen pour les assurances de produits nomades, où elles représenteraient un marché de 232 millions d'euros en 2010, soit 3,52% du marché sous-jacent et le taux d'attachement le plus élevé en Europe après le Royaume-Uni. Véritable relais de croissance pour les distributeurs et les fabricants, ce marché a un potentiel de développement en Europe estimé à 50 % sur les 4 années à venir, selon une étude réalisée par le cabinet Finaccord, spécialiste du secteur de l'assurance. Réalisée dans 20 pays européens, cette étude évalue le marché européen des assurances de produits nomades à environ 1,45 milliard d'euros en 2010, soit 3 % des ventes de ces produits sur cette même année. Pour les années à venir, Finaccord anticipe même une croissance plus importante pour le marché des assurances que pour le marché des biens technologiques eux-mêmes. Le cabinet prévoit en effet entre 2010 et 2014 une croissance de 50 % en valeur, à 2,17

## ASSURER POUR FIDÉLISER

**Assurer permet-il de fidéliser ses clients ?**

« L'assurance doit et peut être un outil de fidélisation, estime Fabien Sachy, en charge de l'Assurance. Bien traitée, elle constitue un formidable outil de fidélisation. Quelle que soit la renommée d'une marque ou d'un produit, personne n'est à l'abri d'une panne. En revanche, si un dossier n'est pas bien traité, cela peut se retourner contre celui qui l'a vendu. C'est pourquoi nous avons mis en place un suivi des distributeurs dédié chez Extenso Telecom. Une hotline gère les cas particuliers, avec une personne chargée de gérer tous les cas compliqués. »

Garantie (1)	3 € / mois TTC	6 € / mois TTC	9 € / mois TTC	12 € / mois TTC
36 € / an TTC	72 € / an TTC	108 € / an TTC	144 € / an TTC	
6 € / mois TTC	9 € / mois TTC	12 € / mois TTC	15 € / mois TTC	
72 € / an TTC	108 € / an TTC	144 € / an TTC	180 € / an TTC	

Sans F