



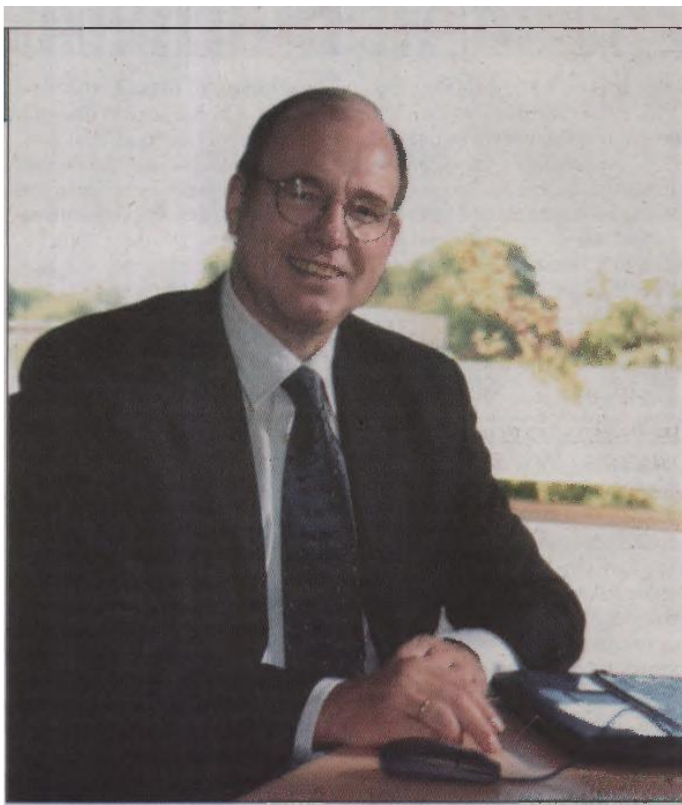
Niek Ligtelijn lance l'assurance sur téléphone mobile

À l'affiche

Précurseur de l'assurance auto low-cost sur Internet depuis 1997, le fondateur de la compagnie Ineas s'attaque à l'assurance sur téléphone mobile. Après l'avoir lancée en France en 2007, il l'ouvre en Espagne.

Première compagnie européenne exclusivement sur Internet à sa création il y a onze ans, Ineas veut garder une longueur d'avance à la fois technologique et commerciale. Dès le mois de juin 2007, l'assureur a lancé une assurance auto immédiate souscrite sur un téléphone mobile. Baptisée « XPRS », ce produit s'adresse aux conducteurs pressés qui « viennent d'acheter un véhicule, un samedi par exemple, et qui veulent s'assurer tout de suite », indique Niek Ligtelijn, le fondateur et président-directeur général d'Ineas. Valable cinq jours, l'assurance est instantanée et ne nécessite l'envoi d'aucun papier. « Nous avons été les premiers en 2001 à introduire le SMS comme moyen pour déclarer un sinistre », rappelle cet assureur pionnier. Et ce mois-ci, un nouveau service sur téléphone mobile vient d'être lancé par Ineas en Espagne avec davantage de fonctionnalités adaptées à la navigation tactile comme celle de l'iPhone. Un partenariat publicitaire a de plus été conclu avec le fabricant Nokia. « Nous allons aussi commencer à faire de la publicité directement sur les téléphones mobiles car nous pensons que c'est un bon moyen pour capter des clients et ensuite leur proposer un produit sur Internet », indique Niek Ligtelijn.

Dès la création de la compagnie à Amsterdam, cet assureur atypique avait une vision très futuriste de son métier. Il a conçu dès le départ une compagnie juridiquement de droit néerlandais mais qui travaille en libre prestation de service dans plu-



“NOUS AVONS ÉTÉ LES PREMIERS EN 2001 À INTRODUIRE LE SMS COMME MOYEN POUR DÉCLARER UN SINISTRE.”

sieurs pays européens aux Pays-Bas, en Allemagne, en Belgique (fermé en 2003) puis en France à partir de 2000 et enfin en Espagne depuis la fin 2007. En Grande-Bretagne, Ineas avait développé à partir de 2005, en partenariat avec la société GBI, une adaptation de sa plateforme Internet de vente d'assurance sur Internet sous la marque Swiftcover. Le site a été revendu début 2007 au groupe Axa. Juste avant cette opération, Ineas comptait 49 millions d'euros de primes encaissées. « Le nombre d'affaires nouvelles en 2007 est en croissance de 60 % sur le périmètre des trois pays Hollande, Allemagne et France », indique la compagnie. La

production et la gestion des contrats d'assurance s'effectuent à partir de deux plates-formes situées l'une à Annecy en France et l'autre à Amsterdam. « Ce sont des plates-formes paneuropéennes dotées d'équipes multinationales », indique le PDG qui se revendique lui-même « européen ».

30 % DE L'ACTIVITÉ DU GROUPE EST RÉALISÉ EN FRANCE

Au cours de sa carrière d'assureur (chez l'américain FM Mutual et le groupe Fortis notamment), il a vécu à Londres, à Bruxelles et aux Pays-Bas. Il partage actuellement son temps entre plusieurs pays. Quel que soit le marché, il applique la même recette du « tout Internet ». Le client demande un devis, remplit le formulaire de souscription, paie en ligne, imprime son contrat et le cas échéant déclare son sinistre sur le Web. Si bien qu'en Allemagne (le premier marché pour cet assureur), Ineas assure auto et moto avec « zéro papier ». En France - second marché d'Ineas avec 30 % de l'activité - il n'envoie que la carte verte à coller sur le pare-brise.

NIEK LIGTELIJN

Fondateur et président-directeur général d'Ineas

Niek Ligtelijn débute en 1972 dans l'assurance aux Pays-Bas chez **Benjamins Experts**. De 1978 à 1991, il occupe différentes fonctions chez l'assureur américain de risques industriels **Factory Mutual** à Londres, Bruxelles et Paris dont il devient directeur pour l'Europe. De 1991 à 1994, il exerce chez le courtier anglais **Sedgwick** puis il rejoint le groupe **Fortis** avant de fonder la compagnie Ineas en 1997.

Pour des raisons de coûts, aucune souscription par téléphone n'est proposée. « Le courrier électronique est placé au cœur de la relation avec le client », explique Stéphane Favaretto, directeur marketing France. De même « les investissements marketing sont réduits au minimum », ajoute-t-il. Une expérience d'un spot télévisé de 10 secondes sur France 3 dans la région Nord-Pas-de-Calais est néanmoins en cours de test jusqu'à mi-juin. Mais Ineas préfère en général le parrainage des nouveaux assurés par les anciens. Grâce à la mise en œuvre stricte du modèle low-cost, les prix des contrats auto sont 60 % moins chers en moyenne que ceux des concurrents en Allemagne et 50 % moins chers en France, selon Niek Ligtelijn.

Pour se développer dans l'avenir, Ineas mise sur à la fois sur la multiplication des sites Web comparateurs et sur l'accélération de la vente d'assurance sur Internet en particulier en France avec l'arrivée de nouveaux opérateurs (notamment Maaif, Macif, Groupama, Swiss Life, etc.). Un élargissement de la gamme à l'habitation, la moto (déjà vendue en Allemagne) et l'assurance voyage pourrait « s'imaginer » à moyen terme. De même qu'une implantation dans d'autres pays comme l'Italie. Et pour financer la croissance, il envisage une entrée en Bourse en 2010. Même s'il n'écarte pas l'éventualité d'un « partenariat » avec une banque ou un assureur traditionnel, le fondateur reste jaloux de l'indépendance d'Ineas détenu majoritairement par ses dirigeants.

SÉVERINE SOLLIER