

## BRUNO CHAMOIN

Président-directeur général d'Albingia

■ La compagnie basée à Levallois, dont les résultats figurent parmi les meilleurs des assureurs spécialisés en risque d'entreprise, s'appuie plus que jamais sur la proximité entretenue sur tout le territoire avec les acteurs du courtage.

# « Les courtiers sont les meilleurs vecteurs de la marque Albingia »

Albingia fête, cette année, ses 55 ans.

**Que de chemin parcouru depuis son arrivée dans l'Hexagone...**

Oui, Albingia est une compagnie qui s'est implantée à Strasbourg en 1962. C'est une très belle aventure. À l'origine, il s'agissait d'une société allemande spécialisée dans les bris de machines, dans les risques techniques et qui est arrivée en France par la magie de la rencontre entre un dirigeant allemand d'Albingia et un Alsacien. Le premier a expliqué au second ce qu'il faisait, ce qui était inédit en France puisque les outils de production étaient seulement couverts en risque incendie. C'est comme ça qu'est née la succursale française d'Albingia qui fut la première compagnie à introduire l'assurance bris de machines. C'est grâce à ce savoir-faire que la société s'est fait connaître et a commencé à prendre des contacts avec l'ensemble des acteurs du courtage.

**Où en sera Albingia pour ses 60 ans ?**

Nous serons, j'espère, encore plus grands en taille, en productivité, en compétences, meilleurs encore dans notre façon d'appréhender les besoins des courtiers. Ce qui nous anime,

c'est la volonté de bien assurer ce que nous savons faire. Nous n'avons pas vocation à devenir un grand groupe, car nous n'avons ni réseau d'agents, ni salariés. En revanche, on entend continuer à progresser sur le créneau que nous avons choisi, celui du risque d'entreprise, en nous appuyant sur les courtiers, qui sont les meilleurs vecteurs d'Albingia.

**Albingia a réalisé en 2016, 250 M€ de chiffre d'affaires, a dégagé un résultat net de 31,4 M€. Le cru 2017 s'annonce-t-il aussi bon ?**

Oui, ça se présente très bien. Ce qui était important en 2016, c'était que la croissance économique fasse son retour. Les résultats que nous avons publiés pour l'an dernier témoignent du regain d'activité des entreprises françaises. Nous sommes sur les mêmes tendances, voire un peu supérieures pour 2017.

**Dans vos résultats, il apparaît que votre ratio sinistres/primes est passé de 45,9% en 2012 à 59,2% en 2016.**

**Est-ce un motif d'inquiétude ?**

Nos résultats sont exceptionnels. Ils font d'Albingia l'un des acteurs en risques d'entre-



PHOTOS: BRUNO LEVY

prise les plus rentables du marché, malgré, c'est vrai, une petite détérioration du résultat brut, qui s'explique tout simplement par la survenance d'un sinistre de pointe que nous avons eu dans la région d'Annecy, mais qui n'a aucune incidence sur notre santé financière.

**Quand allez-vous publier votre rapport narratif ?**

Ce sera fait avant la fin du mois. Il est en cours d'impression (NDLR : l'entretien a eu lieu le 13 juin). C'est un travail que nous faisons de toute façon puisqu'il contient des données qui sont scrutées par nos commissaires aux comptes et nos auditeurs. En ce qui nous concerne, ce n'est pas un problème. Au contraire, c'est un moyen pour nous de mettre



## SON PARCOURS

Diplôme de l'Institut supérieur du commerce (ISC) de Paris.

■ **1979** Intègre Albingia.

■ **1980-91** Souscripteur construction chez Albingia.

■ **1991-2002** Directeur général d'Albingia.

■ **Depuis 2003** Président-directeur général d'Albingia.

en avant des points extrêmement positifs puisque notre ratio de Solvabilité 2 est plus de trois fois supérieur à la marge réglementaire.

**Parmi les solutions que vous proposez, quelles sont celles qui tirent le plus votre activité ?**

Notre activité, c'est d'être assureur de risques d'entreprise, donc de couvrir l'ensemble des risques qu'une société industrielle, commerciale ou de services peut supporter. Parmi nos activités, nous avons des implantations un peu plus fortes, liées à notre histoire, dans les risques techniques ou spéciaux. Mais aujourd'hui, notre développement est très harmonieux. Il n'y a pas une branche qui croît plus que les autres à l'exception, peut-être, de

l'assurance construction, l'une de nos activités historiques, sur laquelle nous sommes extrêmement prudents. Il s'agit de risques difficiles si on ne les maîtrise pas. De plus, nous observons une forte dégradation tarifaire du fait de la concurrence, de la matière assurable qui évolue et parce que certains acteurs ont

“**Nos résultats sont exceptionnels. Ils font d'Albingia l'un des acteurs en risques d'entreprise les plus rentables du marché.**”

tendance à oublier que c'est une branche longue et cyclique. Dans les années 1990, certains acteurs ont abandonné cette branche. Pas nous. Car nous avons toujours été prudents. Et nous continuons à l'être. Sur cette activité, nous ne cherchons pas à faire de développement, mais à accompagner nos clients.

**Mi-mai, une attaque cyber a touché de nombreuses entreprises. Observez-vous une attente de vos assurés sur ce type de risque, que vous ne couvrez pas ?**

Le jour où nous ne serons plus en mesure de répondre aux attentes de nos assurés, notre *business model* ne sera plus pertinent. Nous réfléchissons sur ces couvertures de risques pour être prêts lorsque la demande sera ●●●

“La force d’Albingia, cela a toujours été sa proximité, sa force de réactivité mais aussi son aptitude à apporter des solutions.”



... là. Ce qui n’est pas le cas aujourd’hui. Mais c’est un sujet qui est plus qu’en veille dans notre entreprise.

**La réglementation entrant en vigueur en mai 2018 devrait inverser cette tendance...**  
Encore une fois, nous sommes sur des risques que nous ne connaissons pas, qui ne sont pas couverts... Nous verrons bien. Le monde bouge très vite. Les besoins naissent très vite eux aussi. Une des forces qu’une entreprise doit avoir, c’est de la réactivité. C’est notre cas.

**La taille de votre entreprise, qui compte 228 salariés, favorise-t-elle cette réactivité ?**  
Elle a ses avantages et ses inconvénients. Pour ce qui nous concerne, nous y voyons, bien sûr, un énorme avantage. Nous avons cette réactivité, cet engagement, ce supplément d’âme que seule une entreprise de notre taille peut avoir. La force d’Albingia, cela a toujours été sa

proximité, sa force de réactivité, mais aussi son aptitude à apporter des solutions, et sa capacité financière pour s’intéresser à tous les risques.

**Vos effectifs restent stables en dépit de la croissance de vos résultats. On sent une forte volonté de maîtriser vos coûts...**  
Albingia est une société qui a toujours été très



“L’enjeu de la digitalisation, pour nous est de répondre aux besoins des courtiers lorsqu’ils nous apportent des affaires.”

prudente. Bien gérer une entreprise, c’est maîtriser ses coûts. Mais être exigeant n’exclut pas de savoir récompenser la qualité du travail de nos collaborateurs. La valeur d’Albingia, c’est aussi celle des femmes et des hommes qui composent l’entreprise.

**Votre force, repose aussi sur vos délégations régionales ?**

Nous n’entendons pas changer le vecteur de développement qui est celui du courtage. Nos délégations régionales sont implantées là où, précisément, il y a du courtage, là où il y a des besoins d’assurance, autour des grandes villes que sont Paris, Lyon, Marseille, Bordeaux, Strasbourg et Lille. La plus petite des équipes de province compte une quinzaine de personnes, la plus importante plus d’une trentaine. Ces délégations sont totalement autonomes dans la souscription et la gestion des risques. Ce sont des centres de profits qui cultivent cette proximité avec les 3 500 courtiers qui ont un code ouvert chez nous.

**La digitalisation est-elle un enjeu dans cette proximité avec vos courtiers ?**

Notre marché évolue et la digitalisation a toute sa place dans la relation avec les courtiers. Nous venons d’ailleurs de mettre en place une plateforme collaborative pour la gestion de sinistres de manière à ce qu’immédiatement, les différents acteurs d’un sinistre puissent avoir accès au dossier. Cet outil a vocation à apporter beaucoup de simplification dans la gestion, notamment en assurance construction. L’enjeu de la digitalisation, pour nous, ce n’est pas d’entretenir une relation directe avec l’assuré. Mais de répondre aux besoins des courtiers lorsqu’ils nous apportent des affaires.

**Allez-vous reconduire votre partenariat avec le RCT, qui dure depuis 2011 ?**

Oui. On n’abandonne pas une équipe parce qu’elle a perdu une finale. Le RCT a été champion d’Europe en 2013, 2014 et 2015, champion de France en 2014. On ne peut pas être toujours au firmament. Les valeurs de solidarité que développe le rugby sont similaires à celles d’Albingia. C’est donc un sport qui nous ressemble et qui nous permet, grâce à ce *sponsoring*, d’inviter nos courtiers de façon festive et agréable.

■ PROPOS RECUEILLIS PAR OLIVIER BACCUZAT