

CAAREA

# Pourquoi le futur de l'assurance affinitaire automobile sera international

ENTRETIEN AVEC BRUNO LABUZAN, FONDATEUR ET PDG DE CAAREA. L'OCCASION DE REVENIR SUR LE CHANGEMENT DE STATUT DE L'ENTREPRISE DEVENUE RÉCEMMENT UNE MGA INTERNATIONALE AINSI QUE LA VISION ET LES AMBITIONS FUTURES DE L'ENTREPRISE DANS UN SECTEUR EN CONSTANTE ÉVOLUTION.



## Pouvez-vous m'en dire un peu plus sur CAAREA ?

J'ai créé CAAREA il y a 20 ans exactement, après une longue carrière à la fois dans les holdings financiers en tant que président de compagnies d'assurance, puis avec des sociétés de capital-risque ayant investi dans des compagnies d'assurance. De ces expériences multiples et grâce au soutien de trois des plus grands réassureurs mondiaux, est née CAAREA, une entité nouvelle qui mixe à la fois du service et de la réassurance. La mission de CAAREA est de construire et de supporter pour les assureurs, les financiers et les constructeurs des services et des assurances portant sur le véhicule, le capital qu'il représente et la poursuite de la mobilité des personnes. C'est ce que l'on appelle l'assurance affinitaire automobile. Aujourd'hui, CAAREA couvre un million de véhicules en Europe, en Asie, mais également en Afrique du Nord, et en Amérique du Sud. Ces souscriptions représentent un montant de prime en cours de plus de 500 millions d'euros, ce qui est important pour un risque de « spécialité ».

## Qu'apportent concrètement vos solutions à vos clients ?

CAAREA s'adresse aux constructeurs automobiles et à leur réseau, mais également aux assureurs qui ont pour clients des constructeurs. CAAREA répond à deux besoins principaux.

Tout d'abord, permettre aux constructeurs automobiles de décider ou redécider de leur propre stratégie de produits de service. Grâce à nos solutions, ils peuvent en effet construire une nouvelle offre d'assurance affinitaire de A à Z. Quant aux assureurs classiques, ils n'ont pas toujours l'offre adaptée à la stratégie des constructeurs. Nous intervenons alors comme un support qui couvre pour leur compte toute la chaîne de valeur d'assurance : conception, actuariat, souscription, parcours client, gestion des événements et monitoring. Dans un cas comme dans l'autre, nous permettons à nos partenaires de construire à partir d'une page blanche la stratégie la plus adaptée et personnalisée possible, une offre globale et complète qui répond à la problématique spécifique de chacun. Mais apporter des solutions aux problématiques de nos partenaires n'est pas suffisant ; nos solutions sont aussi prêtes à être déployées de façon digitalisée et en temps réel dans leurs réseaux de distribution.

Cette double compétence à forte valeur ajoutée, assurantielle et technologique, fait la force de CAAREA.

## CAAREA est récemment devenu une MGA internationale... Qu'est-ce que ce changement apporte à vos partenaires ?

Le prisme international a toujours fait partie de CAAREA, mais devenir une société de souscription à l'international, dans une spécialité comme les assurances automobiles affinitaires, change véritablement la donne pour nos partenaires. Plutôt que de concevoir des services marché par marché ou pays par pays, nous pouvons désormais proposer à nos partenaires des solutions globales et déployables quelle que soit la zone géographique. Ce récent changement de statut répond à un réel besoin exprimé par nos partenaires et va nous permettre d'aller à la conquête de nouveaux marchés, notamment ceux d'Europe du Nord, de l'Est et de l'Asie du Sud Est.

## Enfin, quelles sont vos perspectives et ambitions pour l'avenir ?

Les années à venir seront très probablement marquées par une des transitions les plus importantes en termes de nouvelles énergies, de technologies, mais aussi de comportement des consommateurs, modes de vente ou modes de commercialisation... tous nos efforts consistent donc à nous adapter constamment à ces changements afin de conserver notre différence. C'est ainsi que nous avons réussi et nous continuerons de donner à nos partenaires ce dont ils ont besoin pour booster leurs activités.