

ASSURANCE - PRÉVOYANCE

LA BANQUE POSTALE A L'AMBITION

DE RENTRER DANS LE TOP 5 DES ASSUREURS FRANÇAIS



Guillaume de Lussac

BIO EXPRESS

Guillaume de Lussac est titulaire d'un DESS de Droit des Affaires, d'un MBA de l'INSEAD et diplômé du CHEA. Il a effectué sa carrière dans des groupes d'assurances français et internationaux. Il est aujourd'hui Directeur du pôle Assurance de la Banque Postale.

Vous êtes depuis le printemps 2013 à la tête de la Banque Postale Assurances IARD. Vous êtes devenu en janvier 2015 Directeur du pôle Assurances de la Banque Postale. Pourquoi cette double casquette ?

Au-delà de ma fonction de Directeur Général de la filiale d'assurance IARD, mon rôle est maintenant de coordonner l'ensemble des métiers d'assurance de la Banque Postale. Nous faisons de l'assurance soit en direct via des filiales soit en partenariat, que ce soit avec la CNP, Allianz, Groupama ou la Mutuelle générale. L'IARD est une activité lancée récemment et en plein développement.

Etes-vous plutôt une banque qui fait de l'assurance ? Ou Etes-vous devenu un « bancassureur » ?

Dans la pratique de ces métiers et dans l'approche de nos clients, nous sommes clairement un bancassureur. Mais nous sommes un bancassureur atypique dans la mesure où nos produits d'assurance sont distribués par le Réseau de la Poste.

Quelle est la force de votre réseau ?

Le Réseau nous apporte une réelle puissance de distribution avec près de 10 000 bureaux de poste. Mais au-delà de cette présence territoriale, nos atouts résident dans la relation de confiance entretenue historiquement avec nos clients et surtout dans notre capacité de transformation collective hors norme.

Existe-t-il encore un frein psychologique à souscrire une assurance auprès d'un banquier ?

Dans les dix dernières années, les bancassureurs sont devenus les plus gros collecteurs d'assurance Vie tandis qu'ils continuent de prendre des parts de marché en IARD. Aujourd'hui, les sondages révèlent qu'une très grande majorité des clients « grand public » attendent de leurs banquiers qu'ils prennent en charge leurs besoins d'assurances. Au-delà des enjeux financiers, cette dynamique de marché est voulue par les clients : ils plébiscitent un modèle de bancassurance qui leur offre une simplification des démarches et des services toujours plus innovants.

Comment expliquez-vous la réussite des banques ?

Dans les métiers de l'assurance, les banquiers ont apporté une vision renouvelée des gammes produits et stimulé l'apparition de nouveaux services. Par ailleurs ils ont intégré la dimension digitale dans leurs modèles de relation clients dès le lancement de leurs opérations d'assurances.

Les modèles dits « traditionnels » ont plus de mal parce qu'ils n'ont pas cette culture multi-canal dans leurs gènes.

Comment voyez-vous l'avenir de la Banque Postale Assurances dans les prochaines années ?

L'assurance est la deuxième activité commerciale de la Banque Postale avec plus d'un million d'affaires nouvelles par an. Il s'agit donc d'une activité bien ancrée. Dans l'avenir, notre ambition est de figurer parmi les cinq premiers acteurs du marché de l'assurance française. Nous avons donc encore une grande histoire à écrire dans un monde financier et digital qui se transforme à toute vitesse.

Conserverez-vous vos valeurs de proximité ?

C'est une obligation car ce sont ces valeurs qui nous permettent de bénéficier d'un tel niveau de confiance de la part de nos 10 millions de clients. Mais l'histoire de notre Groupe est aussi faite de modernisations et de transformations successives, et notre responsabilité est de poursuivre cette dynamique en restant fidèle à notre rôle de bancassureur citoyen. ■