

# MAÎTRISER LE RISQUE, INNOVER DANS LA DISTRIBUTION, RÉINVENTER L'ASSURANCE

Les prix de l'assurance s'envolent, les exigences des assureurs se renforcent et les clients, eux, peinent à suivre. Dans ce contexte sous tension, comment garantir des offres accessibles sans compromettre la qualité du service ? **Solly Azar**, expert de l'assurance des professionnels et des particuliers, mise sur une stratégie hybride mêlant expertise de la distribution, maîtrise rigoureuse des risques et innovation technologique.

**Informations Entreprise** : Comment analysez-vous l'évolution récente des tarifs d'assurance et leur impact sur les clients et les intermédiaires ?

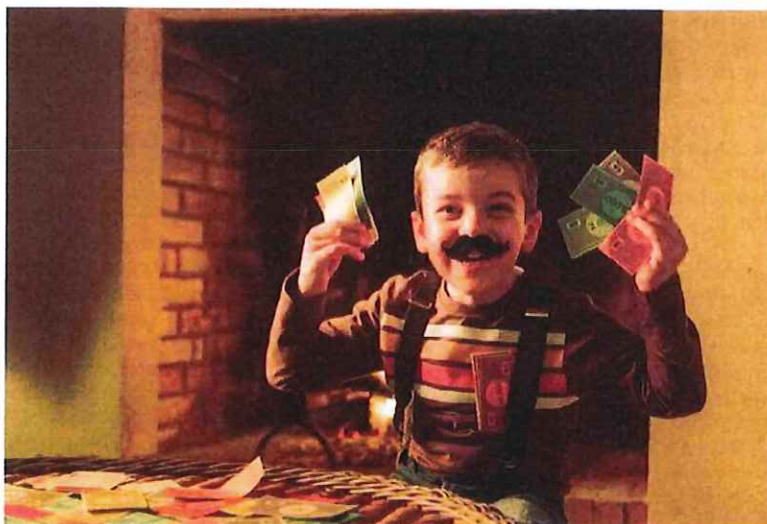
**Philippe Saby** (Directeur général du Groupe **Solly Azar**) : Aujourd'hui, notre principale préoccupation, c'est l'écart grandissant entre les exigences des assureurs et la réalité financière des clients. Les hausses tarifaires sont justifiées sur le plan technique : augmentation du coût des réparations, impact du dérèglement climatique sur les réassureurs, dérive des dépenses de santé avec le vieillissement de la population... Mais ces augmentations pèsent lourd sur des clients dont les revenus, eux, n'ont pas suivi la même courbe.

Nous faisons face à un véritable effet de ciseaux. Certains assureurs augmentent fortement leurs prix, d'autres réduisent

leur capacité de souscription. Résultat : les intermédiaires se retrouvent à chercher des solutions acceptables pour des clients qui, bien souvent, ne trouvent plus d'offre adaptée à leur budget.

Chez **Solly Azar**, nous pensons que la clé réside dans l'écoute, l'innovation et l'efficacité. Il faut repenser nos offres, investir là où cela crée de la valeur. Nous avons par exemple conçu des contrats santé plus raisonnables pour les seniors, car la logique du '100 % santé', bien qu'intéressante, a engendré une explosion des prix mal anticipée.

Aujourd'hui, un retraité arrive en agence avec un budget strict : 80 euros par mois maximum. À ce tarif, l'offre est devenue rare. Notre responsabilité est donc de proposer des solutions équilibrées et adaptées à cette nouvelle réalité



## Chiffres clés

- Plus de 45 ans d'existence
- 4 sites : Lille, Paris, Lyon, Aix-en-Provence
- 300 collaborateurs
- Un réseau de 10 000 intermédiaires partout en France
- 53,4 M€ chiffre d'affaires 2024 (vs 50,5 M€ en 2023)

**I.E** : Comment **Solly Azar** adapte-t-elle son offre aux besoins spécifiques des artisans, commerçants et indépendants ?

**Philippe Saby** : Nous avons une mission claire : proposer des solutions adaptées aux artisans, commerçants et travailleurs indépendants, qui, bien souvent, n'ont ni le temps ni l'envie de comparer eux-mêmes des offres d'assurance. Ces professionnels font confiance à leur courtier local, un indépendant comme eux, qui comprend leurs enjeux et leurs contraintes. C'est pourquoi nous mettons un point d'honneur à accompagner ces intermédiaires sur ce marché spécifique.

Aujourd'hui, la pression sur le prix est énorme, parfois au détriment de la qualité des garanties. On observe malheureusement des cas où des assurés se retrouvent avec des contrats inadaptés, voire risqués. Cela pose un vrai enjeu de devoir de conseil. C'est particulièrement vrai sur des garanties essentielles comme la responsabilité civile professionnelle ou les dommages aux biens.

Pour répondre à ces besoins, nous avons récemment lancé une nouvelle offre en assurance auto professionnelle, en partenariat avec Allianz. Elle a été conçue en tenant compte des spécificités des artisans et commerçants : un fleuriste, un pisciniste ou un artisan du bâtiment n'ont pas les mêmes besoins en termes de couverture de leur véhicule et de son contenu. Notre rôle est d'écouter les courtiers, d'adapter nos produits et de trouver des solutions tarifaires acceptables pour les clients.

**I.E** : Quelle est la stratégie de distribution de **Solly Azar** entre les professionnels et les particuliers ?

**Philippe Saby** : Nous avons une stratégie de distribution hybride qui repose avant tout sur notre réseau d'intermédiaires. Pour les professionnels – artisans, commerçants,



travailleurs non-salariés et professions libérales -, nous passons exclusivement par les courtiers et agents généraux d'assurance. C'est un choix assumé, car ces clients ont besoin d'un accompagnement de proximité et d'une expertise pointue. Pour soutenir cette approche, nous avons déployé une vingtaine de commerciaux sur tout le territoire afin de renforcer notre lien avec ces intermédiaires et leur apporter des solutions adaptées.

Concernant les particuliers, notre distribution est plus diversifiée. Nous proposons nos produits via les intermédiaires, mais aussi, sur certaines gammes spécifiques comme l'assurance chien-chat, la garantie loyers impayés (GLI) et l'assurance deux-roues, en full web. Ces produits se prêtent bien à la digitalisation car ils correspondent à des communautés engagées - motards, propriétaires d'animaux - où le parcours en ligne est un atout. En revanche, nous avons

fait le choix de ne pas vendre d'assurance auto en direct, car ce canal nous semble moins pertinent pour ce type de risque.

Pour accompagner cette stratégie, nous comptons aujourd'hui près de 300 collaborateurs répartis sur quatre sites - Lille, Paris, Lyon et Aix-en-Provence -, avec des bureaux modernisés, adaptés aux nouveaux modes de travail. Cette présence nous permet d'être proches de nos 7 à 8 000 courtiers actifs, avec lesquels nous entretenons une relation forte. Nous avons aussi investi dans des outils digitaux performants pour simplifier la souscription et la gestion des contrats. Notre ambition reste la même : allier proximité, expertise et innovation pour proposer des assurances adaptées aux besoins de nos clients et de nos partenaires.

**I.E : Selon vous, quels seront les grands défis à relever pour le secteur de l'assurance dans les années à venir ?**

**Philippe Saby :** Prédire l'avenir avec certitude serait bien présomptueux. Mais chez Solly Azar, nous avons une conviction forte : pour réussir demain, il faudra être à la fois un expert de la distribution et un expert de la maîtrise du risque. L'un ne va pas sans l'autre.

Le temps où l'on se contentait d'une distribution simplifiée, en quelques clics, est révolu. Aujourd'hui, les prix de l'assurance sont élevés, la souscription devient plus complexe, et il est essentiel d'assurer un équilibre entre accessibilité et viabilité des offres. C'est pourquoi nous misons sur une distribution optimisée, alliant le canal des intermédiaires - courtiers et agents généraux - et la distribution directe sur certains produits.

Mais maîtriser la distribution ne suffit pas. Il faut aussi une gestion rigoureuse du risque : lutter contre la fraude, affiner notre tarification, optimiser nos ressources et négocier en permanence avec nos porteurs de risque. C'est un travail de fond, qui passe aussi par l'investissement dans des systèmes d'information performants et une meilleure exploitation des données.

Notre ambition reste inchangée : être le courtier le plus recommandé du marché, que ce soit par nos clients, nos partenaires intermédiaires ou nos assureurs. Un défi de taille, car ces acteurs ont parfois des intérêts divergents. Mais c'est en trouvant le juste équilibre entre innovation, écoute et maîtrise des coûts que nous construisons l'assurance de demain.

**I.E : Un dernier mot pour conclure ?**

**Philippe Saby :** L'assurance ne se limite pas à une question de tarifs et de garanties, c'est aussi un engagement sociétal. Nous avons une responsabilité envers nos clients, notamment les plus vulnérables, comme les seniors aux revenus modestes. C'est pour eux que nous avons conçu une offre santé raisonnable, car nous refusons de les laisser sans solution.

Mais notre engagement va au-delà. Attirer et fidéliser les talents exige une entreprise en phase avec les attentes des nouvelles générations. Nous avons mis en place un télétravail responsable, favorisé un dialogue équilibré entre managers et collaborateurs, et nous sommes fiers d'afficher un excellent score en matière d'égalité homme-femme à 93.

Ce qui nous caractérise, c'est notre approche mesurée : nous sommes un acteur engagé, mais sans excès de militantisme. Nous traitons ces sujets avec sérieux et pragmatisme, en cherchant toujours l'équilibre entre responsabilité sociale et efficacité économique.