

Services

# Alfa Romeo s'offre une assurance de marque !

■ **Innovant** : depuis la mi-juin, les vendeurs du réseau Alfa Romeo proposent aux acheteurs de véhicules neufs ou d'occasion une assurance badgée aux armes de la marque. **Objectif** : fidélisation.



Patrick Gourvenec, directeur d'Alfa Romeo France, et David Tuchbant, DG d'Identicar : une offre adaptée aux attentes des clients des marques Premium...

Les vendeurs de concessions, qui sont intéressés à la démarche, mettent leurs clients en relation avec des conseillers travaillant pour la société Idassur, filiale du groupe Identicar. Ces

derniers ont pour mission de monter un dossier et de le valider sous un délai de deux heures maximum, après avoir choisi une compagnie capable de proposer à un conducteur le meilleur rap-

port qualité/prix possible relatif à sa "couverture". Bien plus qu'un simple courtier, le nouveau partenaire d'Alfa est aussi un acteur qui mobilise des équipes spécialement dédiées à leur mission et qui sont chargées de suivre un assuré dans la durée pour veiller au bon déploiement optimal de la palette des prestations qui lui sont dues.

### Une couverture élargie

Celles-ci englobent le traitement des réparations dans le réseau Alfa Romeo, une assistance sans franchise kilométrique, utilisable en cas de panne ou d'accident, un rapatriement dans un rayon de 300 kilomètres, une garantie

du conducteur ainsi que le prêt d'un véhicule de remplacement de catégorie identique à celle du modèle concerné. Le tout s'additionne d'une garantie "bris de glace" sans franchise ainsi que d'une assistance "crevaisin, erreur de carburant et perte de clés". *Last but not least*, l'assurance Alfa peut être accompagnée d'une garantie valeur à neuf optionnelle. Côté détails, la mise à disposition de véhicules de remplacement s'effectue dans ce cas grâce aux voitures de courtoisie du réseau Alfa, mais aussi à l'aide de modèles de location disponibles sur sites ou de ceux qui seront retenus chez les loueurs. Par ailleurs, l'opérateur met sur la route une équipe de 23 conseillers commerciaux chargés d'accompagner l'activité des vendeurs automobiles.

### Un taux de fidélisation de 80 %

Pour mémoire encore, Identicar a expérimenté de manière significative le type d'assurance retenue par la marque transalpine, puisque la société pro-

pose déjà des assurances badgées aux armes de Fiat, Lancia, Honda, Kia, Chevrolet et Opel. Sur la base de cette antériorité, **David Tuchbant**, DG d'Identicar, confirme que l'adhésion à une assurance de marque génère un taux de fidélité en après-vente proche des 80 %. L'opérateur propose, de fait, aux constructeurs des produits capables de fidéliser des consommateurs toujours plus réactifs, tout en dopant la fréquentation des installations de leurs réseaux.

**Patrick Gourvenec**, directeur d'Alfa Romeo France, se dit pour sa part convaincu du fait que les acheteurs des marques Premium voudront désormais utiliser leur voiture le plus vite possible. Il estime en outre que la nouvelle assurance mise



### La carte d'assurance Alfa Romeo : retenue par 10 % des acheteurs de la marque ?

en place doit contribuer à soutenir le business d'Alfa Romeo en France, qui doit déboucher fin 2007 sur un volume de quelque 15 000 immatriculations VN. Plus clairement, David Tuchbant espère que 10 % de ceux qui s'offriront une Alfa Romeo d'ici à la fin décembre agrémenteront leur bon de commande d'une prise d'assurance. "Ce ratio devrait ensuite grimper à hauteur de près de 37 % sous trois à quatre ans. Et nous réaliserons alors un score logique et proche de celui qu'obtiennent les établissements dédiés au crédit affecté sur les lieux de vente" épilogue-t-il. Pari à tenir !

J-P Jagu-Roche