



# Tom De Troch: « Simplifier l'assurance, la rendre plus compréhensible et plus accessible »

En mai dernier, Tom De Troch a succédé à Tom Meeus comme CEO de Fédérale Assurance. Il a pris les rênes de la compagnie dans un contexte particulier, celui de la crise sanitaire couplée à des taux d'intérêt bas, auquel s'est ajouté un fameux défi : la numérisation des activités d'assurance. A cela ont succédé les graves inondations de juillet. Faisons le point avec Tom De Troch sur ses premiers mois agités en tant que CEO. Son ambition est combative et claire : simplifier l'assurance, la rendre plus compréhensible et plus accessible pour le client. « *Et cela commence par la création d'une communication ouverte et d'une culture d'entreprise au sein de la société* », affirme-t-il.



Tom De Troch a rejoint Fédérale Assurance en 2014 en tant que directeur de la branche Vie. L'un de ses principaux défis a été de parvenir à la croissance en établissant des partenariats à valeur ajoutée. Depuis 2017, Tom De Troch est membre du comité de direction et administrateur-directeur des activités Vie, Actuariat et Réassurance. Sous sa direction, en 2019, la société a lancé le produit d'assurance-vie Vita Flex 44 (une assurance d'épargne et de placement combinant les branches 21 et 23).

## **Quel regard portez-vous sur vos premiers mois à la tête de l'entreprise ?**

C'était une période mouvementée et dynamique. À cette époque, nous étions à la fin de la troisième vague du coronavirus et ma première tâche a consisté à réunir les gens, à rencontrer enfin mes nouveaux collègues, à être à nouveau présent aux événements clients ... En tant qu'assureur, il est important de se 'montrer en chair et en os'. Peu après mon entrée en fonction comme CEO, nous avons également été confrontés à de graves inondations, ce qui a rendu mes débuts encore plus mouvementés. Tout le monde a donc immédiatement re-

troussé ses manches, et c'est aussi ce qui rend, d'une certaine façon, la situation assez fascinante. Il faut à la fois être rapide et ne pas 'rouler en surrégime' mais cela permet d'apprendre à connaître beaucoup de gens en peu de temps.

## **Quels sont pour vous, en tant que CEO, les objectifs les plus importants ? Voulez-vous continuer dans la même voie que précédemment, ou les choses vont-elles changer ?**

En interne, nous voulons intégrer très rapidement une culture très ouverte et une communication directe. En octobre, par exemple, nous avons orga-

# “ Nous voulons être un assureur numérique et utiliser la technologie pour mieux servir nos clients ”

nisé un événement pour le personnel lors duquel les groupes étaient composés de personnes de différents départements, afin d'apprendre à se connaître de manière transversale. C'est un bon exemple de ce que nous voulons créer. Et cela s'inscrit parfaitement dans un cadre plus large qui consiste à rendre l'assurance plus simple, plus compréhensible et plus accessible pour nos clients. Cela n'est possible que si l'on adopte la même philosophie en interne. Nous devons travailler davantage en petites équipes afin que la communication soit plus directe, que les collaborateurs comprennent mieux ce que font leurs collègues et que les choses puissent être réalisées plus rapidement.

## **Simplifier l'assurance et la rendre plus compréhensible et plus accessible pour le client : qu'entendez-vous par là ?**

Avec les récentes inondations, il est clairement apparu que les gens ne savent pas toujours ce que couvre leur assurance incendie. Et que leur police est rarement, voire pas du tout, mise à jour après une rénovation ou un autre changement majeur apporté au logement, par exemple. Nous avons encore beaucoup de chemin à faire pour que nos clients puissent s'y retrouver plus facilement. D'un autre côté, il n'est pas évident pour les compagnies d'assurance de travailler avec une app, comme le font les opérateurs télécom. Mais imaginez une app qui vous permettrait de voir d'un coup d'œil ce qui est ou n'est pas inclus dans votre contrat. Et via laquelle vous auriez la possibilité d'effectuer vous-même des ajustements ou de changer de compagnie... En matière de communication, une telle plateforme numérique peut être très utile. Nous pouvons ainsi mieux informer les clients, de manière plus personnalisée, et attirer leur attention sur les risques éventuels. Cette communication ouverte et cette accessibilité pourraient bien sûr entraîner un plus grand 'roulement' de la clientèle, mais cela fonctionnerait dans les deux sens. Les acteurs qui aborderont et serviront leurs clients de cette manière en récolteront les fruits à long terme. Un tel service à la clientèle serait également positif pour l'image des compagnies d'assurance en général.

## **Quelle importance a la numérisation dans ce scénario ?**

Une grande importance ! Nous voulons être un assureur numérique et utiliser la technologie pour mieux servir nos clients. Pour donner un coup de pouce à la numérisation, nous avons lancé notre programme d'investissement *Shape 25*, qui s'étend de 2021 à 2025. *Shape 25* se concentre sur la formation et le développement des compétences de notre personnel ainsi que sur notre informatique et notre infrastructure. Depuis la crise sanitaire, les horaires flexibles et le travail à domicile ont gagné en importance et nous devons fournir à nos collaborateurs les outils numériques ad hoc. Mais un renouvellement complet de nos applications pour nos clients a également été programmé. Nous réaliserons donc les efforts nécessaires en matière de développement d'interfaces et d'applications avec un budget de 100 millions € alloué à *Shape 25*. D'autre part, nous continuons également à privilégier le contact personnel et physique avec nos clients. Nous sommes un assureur direct et nous voulons le rester car nous pensons que c'est comme cela que nous pouvons offrir une grande valeur ajoutée à nos clients.

## **Outre la numérisation, la durabilité est un aspect de plus en plus important dans la gestion d'une entreprise. Dans quelle mesure une compagnie d'assurance peut-elle jouer un rôle dans ce domaine ?**

La durabilité se manifeste dans la manière dont nos produits peuvent être élaborés. Nous travaillons donc avec nos partenaires du secteur de la construction pour voir comment aider nos clients (tant les entreprises de construction que les particuliers) à mettre en œuvre et à récompenser des efforts durables. En interne également, nous prenons des mesures pour être socialement responsables. Un petit exemple concret : nous avons pris les premières mesures pour parvenir à un équilibre des genres au sein de notre direction. Et puis il y a notre politique d'investissement via laquelle nous gérons

environ 5 à 6 milliards € d'actifs que nous investissons de manière délibérée dans des entreprises durables.

## **La crise sanitaire a eu bien évidemment un impact important sur le monde de l'assurance. En ressentez-vous toujours les effets ?**

En ce qui concerne le secteur de la construction, cela ne s'est pas si mal passé. Mais nous avons jugé absolument nécessaire d'accorder à nos clients de ce secteur un grand délai pour le paiement de leurs primes, afin de leur donner le répit suffisant. Par rapport à d'autres secteurs, celui de la construction a relativement bien traversé cette période, puisqu'il a pu, pour l'essentiel, poursuivre ses activités. Ce que nous avons remarqué, par contre, c'est une diminution du nombre d'accidents de la route. Les inondations, en revanche, ont eu un impact négatif très important sur le coût des sinistres, mais en fin de compte, il nous appartient simplement, en tant qu'assureurs, de jouer correctement notre rôle.

## **Comment faire face à un événement tel que les inondations ?**

Nous avons pris une série de mesures et d'initiatives. Par exemple, nous sommes restés ouverts le 21 juillet et pendant tout le week-end, et des inspecteurs du nord du pays se sont rendus dans les zones touchées pour s'occuper des opérations et de la gestion des dommages. Nous avons également versé des avances - jusqu'à 10 000 € - pour couvrir les besoins initiaux des sinistrés. Le fait que certaines victimes n'aient pas été immédiatement indemnisées est dû à diverses raisons, comme par exemple un processus de séchage inachevé qui empêchait de pouvoir effectuer un calcul correct des dommages réels. Nous avons également uni nos forces en tant que coopérative, en incitant nos clients entrepreneurs à fournir une capacité d'aide supplémentaire... bien que cela n'ait pas été facile en raison de l'absence d'un plan public clair pour la reconstruction des régions concernées. Mais en tant qu'assureur, nous avons vraiment joué notre rôle dans cette crise. ■