

Résultats semestriels

Wafa Assurance portée par le Non-Vie

• Forte amélioration du CA

• Un gros point faible toutefois: le résultat technique Vie

«**N**OS indicateurs restent parmi les plus probants du marché». Ramses Arroub, président-directeur général de Wafa Assurance, était particulièrement confiant lors de la présentation des résultats financiers de son entreprise pour le 1er semestre 2009.

Il faut dire que l'assureur, d'un semestre à l'autre et dopé par un contexte plutôt favorable pour le secteur, a persévéré sur la même tendance haussière que celle de 2008.

Dernière cette embellie, l'amélioration des primes émises à fin juin, qui ressortent à plus de 2 milliards de DH.

Dans le lot, ce sont essentiellement les primes Non Vie émises qui se sont le plus illustrées.

Celles-ci ont littéralement bondi (+44,6%) pour dépasser la barre du milliard de DH. Ce qui n'a pas manqué d'améliorer de 14,4% le CA de Wafa Assurance.

Une croissance provoquée, selon Arroub, par le dynamisme des réseaux de bancassurance. Le développement des contrats d'épargne y est également pour beaucoup. En effet, les primes d'épargnes

en soit une baisse notable des coûts de revient», indique Arroub.

Toutes ces augmentations proviennent aussi bien du marché des particuliers que de celui de l'entreprise. La société d'as-

surance a d'ailleurs procédé durant tout le semestre au développement de l'animation des réseaux d'agents et courtiers. A côté, la stratégie multisectorielle de l'assureur se poursuit par un renforcement dans l'automobile, dans le risque «entreprises» et dans l'activité Vie.

Même l'inflation au niveau des accidents automobiles, constatée au 1er semestre, n'a pas réussi à grever l'activité de l'assureur. Derrière cette résilience, l'importance du portefeuille clients qui constitue un véritable tampon pour amortir la hausse de sinistralité. «En automobile, nous avons un chiffre d'affaires de 900 millions de DH pour environ 300.000 véhicules, ce qui agit comme un système de mutualisations», assure Arroub. Et d'ajouter que «dans le secteur des assurances, plus le portefeuille est large et plus l'avènement exceptionnel de sinistre est lissé sur un très grand nombre d'assurés, ce qui en réduit l'impact».

Seule ombre au tableau toutefois, le résultat technique Vie qui chute sensiblement. Il s'affiche en repli de 41,2% par rapport au 1er semestre 2008, reculant à 70 millions de DH contre 119 millions une année auparavant. Ce retrait s'explique, selon le top management, par la baisse des résultats de placements en l'absence de plus-values, étant donné la morosité du marché actions. Autre explication, la comptabilisation de la dotation de provisions pour dépréciation d'actifs. □

Mohamed MOUNADI

Evolution des indicateurs de Wafa Assurance



Source: Wafa Assurance

Le résultat net retrouve des couleurs après un repli constaté en 2008. Il ressort en progression de 42,2%, sous la maîtrise de la sinistralité qui recule de 4 points et la progression des produits financiers. En revanche, le résultat technique Vie chute sensiblement. Il se replie de 41,2% par rapport au 1er semestre 2008.

émises ont engrangé à elles seules pas moins de 76,7% du CA Vie.

Concernant le résultat net, il retrouve des couleurs après un certain repli constaté en 2008. Il ressort en progression de 42,2%, sous la maîtrise de la sinistralité qui recule de 4 points et la progression des produits financiers. «Ce qui constitue

une baisse notable des coûts de revient», indique Arroub.

Même l'inflation au niveau des acci-

Entretien avec M. Arroub, PDG de Wafa Assurance

Le second semestre 2009 sera comparable au premier en termes de chiffre d'affaires

La Nouvelle Tribune :
Wafa Assurance a réalisé un chiffre d'affaires en hausse de 14% pour le premier semestre 2009. Si vous le lissiez sur l'année, maintiendrait-il cette progression? Pouvez-vous nous dire si le dernier semestre résistera aux difficultés que traverse l'économie marocaine?

M. Ramsès Arroub :
La forte progression des primes émises au premier semestre résulte du déploiement de notre ambition dans les 3 domaines stratégiques que sont : l'Entreprise, l'Automobile et la Vie avec en particulier un taux de captation significatif des contrats

d'assurance des entreprises réalisées lors du renouvellement du 4ème trimestre 2008 et qui concerne l'année 2009. En 2008, le second semestre avait été plus important que le premier. Nous pensons que le second semestre 2009 sera d'avantage comparable au 1er semestre 2009 qu'au second semestre 2008.

A la lecture de vos résultats on fait un constat nouveau. Pour la première fois, l'activité Vie se porte mieux ce semestre que le Non Vie (Dommages). Comment l'expliquez-vous? Est ce le cas de tout le secteur?
Effectivement, l'activité Non

Vie a été dynamisée en 2009. Cette activité comprend les 2 domaines stratégiques que sont l'Automobile et l'Entreprise et Wafa Assurance en a fait une priorité stratégique pour accompagner ses agents et courtiers partenaires.

Le résultat net de Wafa Assurance est en progression de plus de 40%. Quelle est la part de l'exceptionnel et d'où provient-elle?

La progression du résultat net résulte de 3 éléments :
• La progression des primes.
• La maîtrise de la sinistralité de 4 points résultant

-des politiques de souscription - et des résultats très encourageants de notre service innovant « Wafa Prévention » qui met à disposition des entreprises clients une équipe hautement qualifiée de 4 ingénieurs sécurité entièrement dédiés à l'amélioration de la sécurité au travail. Swiss Ré a reconnu cette équipe de Préventeur comme l'une des meilleures d'Afrique.

• Nos produits financiers suite à la réalisation partielle de la plus-value sur Crédit du Maroc par un aller retour.

Entretien réalisé par
Alifa Dassouli





Wafa Assurance : Arroub prévoit une baisse d'activité

► Elle concernerait le deuxième semestre 2009 par rapport à la même période de 2008.

L'activité du deuxième semestre 2009 pourrait connaître un léger recul par rapport à celle de la même période de l'année précédente. Cela est dû aux ajustements effectués au niveau de certains types de contrats. C'est ce qu'a annoncé Ramzes Arroub en marge de la présentation des résultats de Wafa Assurance au titre du premier semestre 2009. En effet, pour plusieurs contrats tels que l'assurance de l'immobilier, la compagnie ne perçoit plus la police sur un seul versement, mais sur plusieurs échéances. C'est ce qui devrait réduire ce revenu au titre de la période annoncée. Cette annonce étant faite

Résultats financiers et techniques : Performances contradictoires entre vie et non vie.

qu'en est-il des résultats à fin juin dernier ? La filiale assurance du groupe Antijariwafa bank a totalisé 2 milliards

de DH de primes émises (l'équivalent du chiffre d'affaires dans ce secteur) en hausse de 14,4% par rapport à la même période de 2008. Ce chiffre ressort à parts égales entre les segments vie et non vie. Les prestations versées passent de 682 à 777 millions de DH, en hausse de 13,9%. C'est le pôle vie qui est à l'origine de cette hausse, car les prestations payées dans ses branches progressent de 26,2%. Aussi, les charges de sinistre ont augmenté de 4,3% à 585 millions de DH. La progression des charges de gestion est encore plus forte (+20,5% à 194 millions de DH). Néanmoins, cette augmentation des charges est accompagnée d'une progression du résultat financier global (+10,7% à 659 millions de DH). Ce chiffre global cache une performance contradictoire entre les pôles vie et non vie. Au moment où le résultat non vie croît de 27,3% à 476 millions de DH, celui de vie perd 17,2% sur un an à 183 millions de DH. Le constat est le même au niveau du résultat technique. Celui du premier segment (non vie) augmente de 45% à 380 millions de DH alors que la performance du second pôle a cédé 41,2% à 70 millions de DH seulement. A noter que les placements de Wafa Assurance ressortent à 14,2 milliards de DH à fin juin dernier (+9,2%). Les provisions techniques progressent pour leur part de 7,8% à 13,3 milliards de DH. Enfin, les fonds propres s'élèvent à 2 milliards de DH (+8,7%). **N.80**

Wafa Assurance affiche de bonnes performances

Les primes émises ont progressé de 14,3 % à 2 026 MDH. Le résultat technique s'est apprécié de 17,8 % grâce notamment au résultat technique non Vie en hausse de 44,61 % sous l'effet notamment d'une plus-value de 310 MDH provenant des opérations allers-retours sur les titres Crédit du Maroc.

Les trois mois écoulés en 2008 ont été marqués par de nombreux événements significatifs des activités et opérations, les efforts positifs des bénéficiaires de nouveaux produits au cours de l'année 2008 (Wafa Prévoyance, Wafa Amha, etc.) et ceux réalisés au cours du premier semestre 2008 devraient assurer une évolution positive des indicateurs de résultat de la compagnie en 2008, avait pronostiqué M. Hassan Anouh, PGO de Wafa Assurance lors de la présentation des résultats annuels 2007 de la compagnie. Les réalisations à cet égard de la filiale d'Assurance Vie semblent lui donner raison, et ce d'autant qu'en plus des évolutions liées à l'activité technique de la compagnie, le résultat 2008 devrait bénéficier des produits exceptionnels enregistrés suite à la cession des 34 % de sa participation dans la tour de tour du Crédit du Maroc dans le cadre de l'opération stratégique initiée par la maison mère et le groupe français Crédit Agricole SA.

Concernant les réalisations du premier semestre 2008, et comparativement à la même période de l'exercice précédent, les primes émises ont progressé de 14,3 %

pour passer à 2 026 MDH. Cette et sont presque égales en parts égales entre Vie (+12,8 % à 1 020 MDH) et non Vie (+18,2 % à 1 006 MDH). Cette progression s'explique essentiellement par la dynamique commerciale basée par le bon comportement des produits et services lancés en 2007 et début 2008 et l'impact de l'ajustement du réseau avec l'ouverture de 12 nouveaux points de vente portant le réseau propre de la compagnie à 138 agences. Les innovations ont concerné tous les marchés : automobile, entreprise et Vie. Au niveau de l'automobile, on signale la mise de la gamme accessible dans le cadre d'une segmentation plus fine de la clientèle et l'ajout de deux nouveaux produits au premier semestre 2008, Wafa c/o MW et Wafa c/o Salarik, offres dédiées respectivement aux acquéreurs de véhicules neufs et aux détenteurs et collaborateurs des entreprises privées, la mise en place d'un mode d'indemnisation rapide avec Wafa Drive, etc.

Du côté des entreprises, outre le bon renouvellement enregistré en 2008, l'offre «Wafa Prévoyance, lancée au second semestre 2007 et qui permet l'ajustement des

montants de réduire le nombre d'accidents de 8 % à fin juin 2008, comparativement à la même période l'exercice précédent, s'est bien M. Anouh, qui ajoute que grâce aux efforts des équipes de la compagnie, après de 200 accidents sur six mois écoulés à fin juin 2008 et que l'objectif est d'atteindre une baisse de 10 % au terme de l'exercice comparativement à l'année précédente.

Enfin, au niveau du segment Vie, outre le renforcement du dispositif d'assurance des revenus personnels et l'optimisation de la qualité des services, Wafa Assurance a également eu le renforcement, en Espagne, de la production en primes périodiques en dehors de la prime unique.

En plus, ce sont quelques uns des ingrédients qui ont contribué à l'amélioration des performances de la compagnie au premier semestre 2008.

Consolidation des fonds propres

Conséquence, les fonds propres, en dépit des distributions de dividendes, se sont élevés de 24,5 % à 2 061,3 MDH. De plus, le rendement des fonds propres s'est élevé à un niveau acceptable de 10,6 %. Par ailleurs, les provisions techniques, telles que l'assurance sur vie de personnes pour supporter ses engagements envers les bénéficiaires de contrats d'assurance et de rentes, se sont élevées de 7,8 % à 2 520 MDH. Quant au résultat technique, il s'est élevé à 421,3 % à fin juin 2008.

Plus-value de 310 MDH

Quant aux opérations propres de la compagnie, elles ont progressé de 13,9 % à 777 MDH dont 463 MDH en prestations Vie. Parallèlement, le résultat technique, défini comme la différence entre les ressources (primes et produits financiers) et les dépenses (charges attribuées aux assurés, frais de gestion et commisionnel), a progressé de 17,8 % à 440,32 MDH grâce essentiellement par le résultat technique non Vie en hausse de 44,61 % à 279,54 MDH. Cette hausse du résultat technique non Vie provient essentiellement des profits provenant de la réévaluation des placements affectés. Selon M. Taoufik Beqqouj, Directeur général adjoint en charge du portefeuille, «Wafa Assurance a réalisé une plus-value de 310 MDH sur ses opérations allers-retours portant sur les titres Crédit du Maroc qu'il détient encore et qui étaient émis initialement en 2007 et qui ont été rachetés par le groupe français Crédit Agricole SA, dans le

cadre de l'accord signé entre Attijafinanci bank et le groupe français. Parallèlement, le résultat technique non Vie s'est amélioré de 12,52 MDH à un montant de 7,43 MDH. De plus, après impact, le résultat net consolidé de Wafa Assurance s'est élevé à un montant de 42,1 % à 321,95 MDH.

Enfin, sur les plus-values latentes de Wafa Assurance se sont élevées de 22,17 % par rapport à fin 2007 pour passer à 1 750 MDH, alors qu'il n'y a pas eu de révision au niveau du portefeuille. L'explication est à rechercher, selon M. Anouh, dans le bilan du marché boursier durant le second semestre 2008. Reste que l'ajustement des plus-values n'est point une perte étant donné que les titres détenus sont toujours dans le portefeuille.

En outre, disposant d'un portefeuille de placements affectés de 14 700 MDH, en hausse de 3,2 %, Wafa Assurance conserve également, à fin juin 2008, un actif «hors» de 1,7 milliard de dirhams qui lui permet de se pas liquider une partie de son portefeuille durant cette période de baisse généralisée des titres.

Moussa Dlog

Evolution des indicateurs financiers

	Jun 2009	Jun 2008	Variation
Primes émises	2 026,0 MDH	1 771,8 MDH	+14,3%
Ratio combiné non vie	114,0%	116,4%	-2,4 points
Résultat net	321,9 MDH	307,1 MDH	+48,0%
Donc Résultat technique non vie	279,5 MDH	262,8 MDH	+64,6%
Donc Résultat technique vie	70,7 MDH	178,2 MDH	-61,2%
Fonds propres	2 061,3 MDH	1 666,7 MDH	+24,3%
Plus-values latentes	1 750 MDH	1 429 MDH	+22,7%
ROE (Non annualisé)	10,6%	10,6%	-0,0 points



Wafa Assurance lance deux produits innovants

Wafa Assurance assure son innovation et met à la disposition de sa clientèle deux nouvelles offres : Wafa OTO WW et Wafa OTO Salarié.

Wafa OTO WW et Wafa OTO Salarié constituent les dernières nouveautés de Wafa Assurance. Il s'agit de deux offres approfondies et spécifiques à chaque segment. Ces produits renforcent non seulement l'attractivité de l'offre mais également la compétitivité du réseau de distribution. « Nous tenons à ce que chaque client fasse une approche personnalisée en fonction de ses besoins. De la sorte, nous réussirons à fidéliser davantage notre clientèle », annonce Jean Charles Freimuller, directeur général de Wafa Assurance, lors du lancement de ces deux produits, jeudi 2 juillet 2009, à Casablanca. Destiné aux acquéreurs de véhicules neufs, le pack Wafa OTO WW englobe plusieurs privilèges. Wafa OTO WW est caractérisé par un avantage tarifaire majeur. « Wafa Assurance vient répondre adéquatement aux besoins du marché. Par la mise en place de Wafa OTO WW, nous déclinons une offre flexible avec une possibilité de souscription à la garantie dommage sans aucune franchise », souligne M. Freimuller. Du même contexte, la compagnie Wafa Assurance prévoit la promotion de 100.000 véhicules neufs en premier temps. Selon M. Freimuller, ce chiffre s'accroîtra dans les trois prochaines années. Par ailleurs, l'offre Wafa OTO Salarié est dédiée aux salariés des entreprises sédentaires. Ainsi, le pack présente une offre performante allant de la tarification jusqu'au service d'assistance. « Dans la même perspective, le produit Wafa OTO Salarié met en relief une tarification compétitive, des services d'assistance renforcés ainsi qu'une mobilité totale », précise le directeur général. En effet, Wafa Assurance attribue aux salariés sédentaires un accompagnement rigoureux. « En cas d'immobilisation du véhicule, le salarié a la possibilité de disposer d'une voiture de remplacement », souligne-t-il. Et de poursuivre que « le client peut également bénéficier au-delà d'un forfait quotidien, lui permettant de faire face à ses frais de déplacement ». Dans son exposé, Jean Charles Freimuller a explicité que ces démarches s'effectuent dans la limite contractuelle. De même, le pack Wafa OTO Salarié procède, dans le cadre d'une convention d'entreprise, au prélèvement mensuel de la prime. Toujours en quête de nouveauté, Wafa Assurance prévoit le lancement de nouveaux produits au mois de septembre. Ces offres accompagneront le renforcement de la stratégie mise en place par la compagnie afin de permettre à l'assuré de personnaliser sa demande. Ces produits se déclinent comme suit : Intermédiaire, plate-forme téléphonique, centre d'expertise et d'indemnisation rapide Wafa Drive. A noter que Wafa Assurance a réalisé, au terme de l'année 2008, 4,15 milliards de dirhams de primes émises et 822 millions de dirhams Primes émises Automobile. Enregistrant, par ce fait, 21,9% de part de marché.

Paru Le 06-07-2009 sur Aujourd'hui le Maroc

Wafa Assurance : Des offres de plus en plus pointues

Depuis une dizaine d'années, Wafa Assurance ne cesse d'innover en anticipant sur les besoins de ses clients.

Ces innovations (packs services d'assistance intégrés, call centers d'assistance, garages agréés, wafa drive) l'ont positionnée en spécialiste de la branche auto. Les primes émises dans cette branche sont de 822 MDH au titre de l'année 2008.

La compagnie a, par ailleurs, mis sur le marché des offres sur-mesure destinées à des segments bien déterminés. On peut citer, à cet effet, «Fam Oto», un produit dédié aux femmes, «Wafa oto al mouadaf», conçu spécialement pour les fonctionnaires et employés des collectivités locales, et le pack «Bon conducteur» qui récompense les automobilistes n'ayant pas enregistré de sinistres responsables depuis deux ans.

Dans un contexte de rude concurrence et aussi dans un secteur tel que celui de l'assurance, les compagnies d'assurance sont appelées à déployer beaucoup d'efforts pour se démarquer des autres acteurs du marché. Wafa assurance en fait partie et met à la disposition du client des produits adaptés.

«Dans sa quête de satisfaction du client, Wafa Assurance innove et approfondit sa segmentation pour dédier une offre spécifique à chaque segment», annonce K. Zeroual, Directeur marketing de Wafa Assurance. Son leitmotiv est de faire progressivement de chaque client une approche personnalisée en fonction de son appartenance à un segment bien déterminé.

Dans ce cadre, les offres proposées sont «wafa oto ww», destinée aux acquéreurs de véhicules neufs et «wafa oto salarié» conçue pour les salariés et collaborateurs des entreprises privées.

Le pack «Wafa oto ww» a pour cible tous les acquéreurs de véhicules neufs toutes catégories socioprofessionnelles confondues. D'après les responsables, dans ce nouveau pack, la compagnie offre un avantage tarifaire majeur conjugué à la possibilité de souscrire à la garantie dommages aux véhicules sans franchise.

Pour ce qui est de l'autre produit, à savoir le pack «Wafa oto salarié», il est destiné aux salariés des entreprises dits sédentaires (de bureaux). Les avantages de ce pack sont une tarification compétitive, 100% de mobilité en cas d'immobilisation du véhicule du salarié. Ce dernier pourrait ainsi disposer d'un véhicule de remplacement dans la limite contractuelle et de bénéficier, au-delà, d'un forfait quotidien lui permettant d'assurer ses déplacements. Aussi, le pack offre-t-il la possibilité de procéder au prélèvement mensuel de la prime dans le cadre d'une convention d'entreprise et des services d'assistance renforcés.

La compagnie ne compte pas s'arrêter à ce stade. D'autres packs sont dans le pipe et lui permettront de répondre à une autre typologie de besoins.

Ces lancements s'accompagnent au fur et à mesure du renforcement des services après-vente de la compagnie. A ce titre, la compagnie offre à l'assuré la liberté de choix du mode de prise en charge en cas de sinistre matériel : intermédiaire, plateforme téléphonique, centre d'expertise et indemnisation rapide «Wafa drive».

Jeudi 19 novembre 2009

Wafa ASSURANCE

Lancement d'Oto Maalem et d'Oto Aaily

Wafa Assurance vient d'annoncer le lancement de deux nouvelles offres, et ce en adoptant une approche segmentée afin d'offrir à chaque catégorie de client le produit qui lui convient le mieux. Il s'agit de Wafâ Oto Maalem, une offre dédiée aux propriétaires de véhicule ayant atteint l'âge de 45 ans. En effet, cette catégorie de la population aura droit à un pack à des tarifs préférentiels. Le second produit, Wafa Oto Aaily a, quant à lui, été conçu pour répondre aux besoins en assurances des familles détentrices de deux véhicules ou plus, avec à la clé des réductions tarifaires sur les véhicules additionnels. Il est à noter que la compagnie d'assurance, prévoit le lancement de nouvelles offres d'ici la fin de l'année en se basant sur une segmentation par catégorie sociale des clients. ■

Un second centre d'indemnisation rapide Wafa Drive à Rabat

Wafa Assurance poursuit le développement de son réseau Wafa Drive et annonce l'ouverture de son second centre à Rabat, situé dans la galerie commerciale de Marjane Hay Ryad et qui propose des prestations de qualité.

Wafa Drive est un concept visant à fournir aux clients des prestations de haut niveau et dans des conditions optimales. En cas de sinistre

automobile, l'assuré peut se présenter sans prise de rendez-vous préalable au centre d'indemnisation. Son véhicule est expertisé, les dommages sont évalués par l'expert présent sur place, et le gestionnaire propose le montant de l'indemnisation. L'assuré sort de Wafa Drive avec le chèque lui permettant de réparer son véhicule.

Doté de moyens techniques et humains importants, Wafa Drive

permet aux assurés de la compagnie de bénéficier des avantages de l'indemnisation dans un délai de traitement de dossier qui n'excède pas une heure.

Le centre est aménagé en trois espaces : le premier est dédié à l'expertise des véhicules, le second au conseil et à l'information, tandis que le troisième est affecté à la sensibilisation au profit des adultes et des enfants. ■

Wafa assurance lance deux nouveaux produits

La gamme wafa OTO vient d'être renforcée avec Wafa OTO Maalem et Wafa OTO Aily, deux nouveaux produits destinés à des populations différentes.



Wafa assurance a lancé officiellement, le 17 novembre, ses nouveaux produits Wafa OTO Maalem et Wafa OTO Aily. Le premier vise une population de sénior, des personnes dont l'âge dépasse les 45 ans. Au Maroc, cette catégorie sociodémographique représente 15 % de la population ainsi qu'elle a une tendance à la hausse dans les années à venir. Selon les responsables de Wafa assurance les bénéficiaires de cette option peuvent profiter de nombreux avantages de ce pack, allant de garanties jusqu'à une prestation d'assistance. Le second produit a pour cible les familles électorales de deux véhicules ou plus. En effet, grâce à ces nouveaux produits, Wafa assurance met à la disposition de cette population cible la possibilité de bénéficier d'une réduction groupée du pack, avec des facilités d'achat dans un seul point de vente et des garanties de fidélité. Tout en conservant la possibilité d'ajouter les garanties complémentaires. Ces deux nouveaux produits viennent renforcer l'approche multi-segment de la société afin de toucher plusieurs strates de vie, différentes populations et de compléter la gamme Wafa OTO. L'objectif étant de confirmer sa position d'entreprise innovante, qui œuvre pour le bien-être de ses assurés, précé-

rer la société. Toutefois, les responsables de la société restent fidèles sur les prix de ces nouveaux produits. Ramès Amal, directeur général de la société, a dévoilé également le lancement Wafa OTO évolutif en décembre prochain. Il s'agit d'un nouveau produit haut de gamme qui ciblera une population spéciale et qui nécessitera un traitement particulier. Rappelons que la société a d'ores et déjà lancé Wafa OTO standard et Wafa OTO W. Ce dernier est destiné aux acquéreurs de véhicules seuls, en juillet 2009. La société dispose de deux espaces Wafa Drive, le premier est situé à Casablanca et le second à Rabat. La société compte, par ailleurs, ouvrir d'autres espaces à travers le Royaume. En effet, Wafa Drive est un centre d'expertise et de règlement rapide au Maroc. Il comprend plusieurs espaces de diagnostic des véhicules, en l'occurrence, un espace d'expertise rapide de montant de réparation des dommages subis par les véhicules et un espace d'indemnisation accélérée de ces dommages. Devenu rentable depuis un certain nombre d'années, le secteur de l'assurance automobile connaît une concurrence rude et acharnée entre les différentes entreprises marocaines en la matière. Chacune d'elle essaye de se faire une place au soleil via une politique

commerciale adaptée afin de répondre aux besoins d'une clientèle particulière qui exige une relation personnalisée. Par ailleurs, le parc automobile a enregistré une progression de 17% de véhicules seuls. Par conséquent, il a atteint 2,4 millions de véhicules en 2008 et il sera de l'ordre de 3 millions en 2012.

Chiffres clés de Wafa-assurance

En 2008, Wafa assurance a réalisé une progression de 42,2% de son résultat net, sous la maîtrise de la réassurance qui recule de 4 points et la progression des produits. Le chiffre d'affaire de la société a enregistré, également, une hausse de 14,4% d'un semestre à l'autre. Quant aux primes dues à fin juin, elles ont atteint plus de 7 milliards de DH.

Sur la place horaire de Casablanca, le cours de Wafa Assurance a progressé de manière irrégulière depuis le début de l'année. Le niveau le plus bas du cours a été de 1,491 DH le 17 juin, pour retrouver son plafond le plus haut, le 22 septembre à 2,690 DH. Avec la réouverture de sa gamme de produit, la société compte renforcer ses performances afin de bien se positionner sur un marché de concurrence acharnée. ■

Abdel Massoud

vendredi 20 novembre 2009

Wafa Assurances continue sa saga des refontes

● Une nouvelle offre dédiée aux 45 ans et plus ● Jusqu'à 50 % d'économies pour les parcs auto familiaux

PAR AM

Deux nouvelles offres viennent s'ajouter au catalogue des produits commercialisés par Wafa Assurances. «Wafa Oto Aail», une offre qui permet à travers un seul et unique acte, de souscrire des contrats d'assurance pour plus d'un véhicule. Cette offre est adaptée aux familles qui détiennent deux véhicules ou plus. Plus le parc automobile familial est grand, plus les réductions sont importantes. Les économies réalisées grâce à cette offre, peuvent atteindre 50 %. Le deuxième pack s'appelle «Wafa Oto Miallem». Ce nouveau produit est destiné aux



personnes âgées de 45 ans ou plus, notamment les retraités. Cette catégorie de personne, constitue aujourd'hui 15 % du tissu démographique

du pays, et leur nombre va doubler d'ici 2030. Le quart de ces retraités ont un revenu stable et font partie de la classe moyenne. Les personnes âgées sont en général «matures, responsables et bonnes conductrices», elles méritent d'être encouragées.

L'âge, la date d'obtention du permis de conduire et les antécédents sont les critères de base pour cette offre. L'année 2009 n'est pas encore terminée pour Wafa Assurance. Son Président directeur général, Ramses Arroub, annonce d'ores et déjà une sixième offre. Les propriétaires de véhicules haut de gamme auront droit avant la fin de 2009, à leur propre pro-

Les propriétaires de véhicules haut de gamme auront droit, avant la fin de 2009, à leur propre produit.

duit. L'offre sera officiellement lancée en décembre de l'année en cours et portera le nom de «Wafa Oto Exécutif». Le produit «est déjà prêt» et le choix de la période de fin d'année pour l'annoncer est «prémédité», explique Arroub. Une question de timing.

Assurance automobile

Wafa Assurance lance deux nouveaux produits

Les deux produits Wafa Oto Maalem et Wafa Oto Aaily viennent compléter l'offre automobile de Wafa Assurance. Un lancement soutenu par une campagne de communication à caractère humoristique.

Doonla Mounadi
doonla@wafaind.ma

«**W**afa Assurance innove et met à la disposition de la clientèle automobile deux nouveaux produits», a déclaré Kamel Arroub, président-directeur général de Wafa Assurance. En effet, c'est à l'occasion d'une conférence de presse tenue à Casablanca pour le lancement de ces deux nouveaux produits automobiles et les grandes lignes de la campagne de communication lancée par Wafa Assurance et qui a débuté, jeudi 19 novembre, que l'annonce a été faite. Ainsi, les deux offres Wafa Oto Maalem et

Wafa Oto Aaily viennent rejoindre deux produits lancés en juillet et qui sont Wafa Oto Solent, destiné aux solistes et Wafa Oto WW destiné aux acquéreurs de véhicules neufs. Pour Wafa Oto Maalem, c'est une offre dédiée aux seniors de 45 ans et plus et qui prévoit, à leur profit, bénéficier des nombreux avantages de ce pack, depuis les garanties jusqu'aux prestations d'assistance et du service après-vente, le tout proposé à un tarif préférentiel. «Nous sommes les premiers à viser cette catégorie de clients car nous pensons qu'une personne sage et expérimentée en

conduite mérite notre confiance», a souligné M. Arroub. Parallèlement, la nouvelle offre Wafa Oto Aaily vient répondre aux besoins spécifiques des familles détentrices de deux véhicules ou plus avec à la clé des réductions tarifaires sur les véhicules additionnels. «Une famille, qui dispose de deux voitures ou plus, peut désormais avoir une seule facture sur toutes ses assurances automobiles, tout en choisissant l'assurance adaptée à chacun de ses véhicules avec des réductions très intéressantes», a expliqué M. Arroub. Aussi, la compagnie a lancé une campagne de communication autour de ces produits. «Nous avons lancé une saga de cinq films, de pure comédie tout en exprimant les qualités promotionnelles des produits et services exposés. Aussi, nous avons opté pour un discours décalé et plein d'humour afin de couper avec le caractère sérieux



Kamel Arroub

d'une compagnie d'assurance», a précisé M. Arroub. Informatifs et didactiques, ces films reposent sur les ressorts d'une émotion comique et proche de la population ciblée par cette campagne. Ce sont des comédies qui gagnent en émotion, en mémorisation, car traitées cinématographiquement dans le jeu des comédiens mais aussi dans le stylisme, les décors

et les dialogues. Ces films font ressortir la modernité des produits et services de la gamme Wafa Oto par le décalage entre des préoccupations très contemporaines exposées dans le passé. «À travers ces nouvelles offres promotionnelles, Wafa Assurance conforte sa position d'entreprise innovante, qui œuvre pour le bien-être de ses assurés», a conclu M. Arroub.

Wafa Assurance lance deux nouveaux produits

vendredi 20 novembre 2009

Aujourd'hui
Le Matin

Assurance auto

Wafa élargit sa gamme OTO



WafaOto
Tout un monde d'avantages

تأمين الوفاء
Wafa Assurance

Wafa Assurance, a lancé le 17 novembre à Casablanca, sa nouvelle gamme de produits assurance automobile « Wafa Oto ». Une gamme novatrice qui enrichira et révolutionnera l'offre du secteur.

C'est Ramsès Arroub, président directeur général de Wafa Assurance, qui a donné le coup d'envoi des nouveaux produits automobiles du

groupe Wafa Assurance et les grandes lignes de la campagne de communication qui sera lancée en parallèle et qui débutera à compter du jeudi 19 novembre.

4 nouveaux produits OTO

Pour mieux satisfaire sa clientèle, Wafa assurance adopte une approche segmentée visant à offrir pour chaque catégorie de clients le produit idéal qui répond le plus aux besoins.

En effet après le lancement des deux produits en juillet dernier Wafa Oto Salarié, destiné aux salariés et Wafa Oto WW destiné aux acquéreurs de véhicules neufs.

L'innovation chez Wafa Assurance ne s'arrête pas en si bon chemin. Elle crée deux nouveaux produits. Wafa Oto Maalem, cette offre est dédiée aux seniors de 45 années et plus et qui peuvent à leur tour, bénéficier des nombreux avantages de ce pack, depuis les garanties jusqu'aux prestations d'assistance et du service après-vente, le tout proposé à un tarif préférentiel. Et puis Wafa Oto Aaily, offre adaptée aux besoins spécifiques des familles détentrices de deux véhicules ou plus avec à la clé des réductions tarifaires sur les véhicules additionnels.

Communiquer autrement !

La communication chez Wafa

Assurance est une question aussi d'innovation. L'offre est composée d'une Saga de 5 films, de pure comédie tout en exprimant les qualités promotionnelles des produits et services exposés.

Informatifs et didactiques, ces films reposent sur les ressorts d'une émotion comique et proche de la population ciblée par cette campagne.

Ce sont des comédies qui gagnent en émotion, en mémorisation, car traitées cinématographiquement dans le jeu des comédiens mais aussi dans le stylisme, les décors et les dialogues.

Ces films font ressortir la modernité des produits et services de la gamme Wafa oto par le décalage entre des préoccupations très contemporaines exposées dans le « passé ».

Pour rappel, Wafa Drive un espace entièrement dédié à l'expertise du véhicule accidenté et dans lequel l'assuré est indemnisé sur place, selon les dommages causés à sa voiture. Il repart avec sa prise en charge ou son chèque. Wafa Assurance dispose aujourd'hui de deux Wafa Drive, le premier situé à Marjane Californie, le second vient d'être réouvert à Marjane Hay Riad et compte ouvrir d'autres Wafa Drive à travers le royaume.

A travers ces nouvelles offres promotionnelles, Wafa Assurance conforte sa position d'entreprise innovante.

Assurance automobile

Wafa Assurance lance Wafa OtO Maalem et Wafa OtO Aaily

La compagnie d'assurance Wafa Assurance poursuit sa politique de segmentation de son offre. Elle vient de dédier deux nouvelles offres automobiles : «Wafa OtO Maalem» pour les Seniors de 45 ans et plus et «Wafa OtO Aaily» pour les familles détentrices de 2 véhicules et plus.

«Wafa Assurance ambitionne

d'être le leader dans les trois segments du marché de l'assurance au Maroc», a d'emblée annoncé M. Ramsès Arroub, PDG de la compagnie. Et pour y arriver, la filiale d'Attijariwafa bank met les bouchées doubles sur les deux segments d'assurance qui échappent encore à son emprise, l'automobile et les entreprises, sachant qu'elle domine le segment l'assurance Vie. Et afin de concrétiser son objectif, le management avait annoncé, en juillet dernier, lors du lancement des offres Wafa OtO Salarisés et Wafa OtO WW (véhicules neufs), qu'il s'est décidé à affiner toutes ses offres automobiles dans le cadre d'une politique de segmentation poussée devant aboutir à des offres qui répondent au mieux aux besoins de chaque catégorie de clients. Et la promesse est tenue. Wafa

Assurance vient de lancer deux nouvelles offres packagées dédiées. La première, «Wafa OtO Maalem» est dédiée aux Seniors de 45 ans et plus. Ceux-ci, bénéficient de nombreux avantages allant des garanties aux prestations d'assistance et de services après vente, le tout proposé à un tarif préférentiel. Selon M. Jean Charles Freimüller, directeur général de Wafa Assurance, «cette catégorie de Senior représente 15 % de la population marocaine et devrait représenter 30 % de celle-ci en 2030, et représente ainsi un marché potentiel très important». Quant à l'offre «Wafa OtO Aaily», offre adaptée aux besoins des familles détentrices de deux véhicules ou plus, la nouvelle offre accorde des tarifs préférentiels sur les véhicules additionnels. En plus, la famille bénéficie du regroupement de la garantie avec un seul interlocuteur vis-à-vis de l'intermédiaire.

Le lancement de ces nouvelles offres a été encouragé par les résultats obtenus par les produits Wafa OtO Salarisés et Wafa OtO WW lancés il y a à peine un peu plus de 4 mois. Selon M. Arroub, «ces deux produits ont généré l'équivalent de 1 % de croissance sur une année», et l'offre Wafa OtO WW a été bien accueillie par la clientèle, le réseau de distributeurs et les représentants des marques.

Un nouveau Wafa Drive à Hay Riad

Fort des résultats encourageants obtenus par les deux produits lancés en juillet dernier, dans un contexte économique particulier, Wafa Assurance est aujourd'hui encouragée dans sa politique de segmentation poussée de son offre. Ainsi, cette politique innovante qui s'adresse à différents segments de la population et à différents stades de la vie sera poursuivie et le management annonce d'ailleurs le lancement



M. Ramsès Arroub, PDG de Wafa Assurance

d'une nouvelle offre dédiée aux voitures de luxe dans les prochains jours.

Enfin, signalons que Wafa Assurance vient d'ouvrir un second «Wafa Drive» à Marjane Hay Riad. Pour rappel, Wafa Drive est un espace dédié à l'expertise du véhicule accidenté et dans lequel l'assuré est indemnisé sur place, selon les dommages causés à sa voiture. Wafa Assurance, qui compte actuellement deux Wafa Drive, compte ouvrir d'autres Wafa Drive à travers le Royaume. **Moussa Diop**

Wafa Drive à Rabat



Samir Azzou, PDG de Wafa Assurance.

Wafa Assurance poursuit le développement de son réseau Wafa Drive et annonce l'ouverture de son second centre dans la galerie commerciale de Marjane Hay Ryad à Rabat. Wafa Drive est aménagé en trois espaces : le premier est dédié à l'expertise des véhicules, le second au conseil et à l'information, tandis que le troisième est affecté à la sensibilisation au profit des adultes et des enfants. Le centre est ouvert du lundi au samedi, de 9h à 17h00, avec une permanence le week-end assurée par wafa oto services.

● **WAFIA ASSURANCE LANCE UNE NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION POUR SA BRANCHE AUTOMOBILE**

Une approche segmentée par catégories

Wafia Assurance a organisé, mardi 17 novembre 2009 à Casablanca, une conférence de presse présentant la nouvelle campagne Wafia Oto. Présidée par Ramès Arroub, président directeur général de Wafia Assurance, la conférence a porté sur le lancement de deux autres produits automobiles et les grandes lignes de la campagne de communication produite par Wafia Assurance et qui a débuté à compter du jeudi 19 novembre.

Pour mieux satisfaire sa clientèle, Wafia assurance adopte une approche segmentée visant à offrir pour chaque catégorie de clients le produit idoine qui répond le plus aux besoins. En effet après le lancement des deux produits en juillet Wafia Oto Salarié, destiné aux salariés et Wafia Oto WW destiné aux acquéreurs de véhicules neufs. Wafia assurance innove et met à la disposition de la clientèle automobiliste deux nouveaux



Mohamed Ramès Arroub.

produits: Wafia Oto Maalem, une offre dédiée aux Seniors de 45 années et plus et qui peuvent, à leur tour, bénéficier des nombreux avantages de ce pack, depuis les garanties jusqu'aux prestations d'assistance et du service après-vente, le tout proposé à un tarif préférentiel. Et puis, Wafia Oto Aaily: une offre adaptée aux besoins spécifiques des familles détentrices de deux véhicules ou plus avec à la clé des réductions

tarifaires sur les véhicules additionnels. En quelques mois c'est donc quatre nouveaux produits que wafia Assurance lance. Une Saga de 5 films, de pure comédie tout en exprimant les qualités promotionnelles des produits et services exposés.

Informatifs et didactiques, ces films reposent sur les ressorts d'une émotion comique et proche de la population.

WAFIA ASSURANCE

La gamme de produits s'étoffe

- Wafia Oto Maalem est destiné à une catégorie de clientèle dont la conduite est jugée moins risquée.
- Wafia Oto Aaly permettra aux familles détentrices de plusieurs véhicules de bénéficier de conditions préférentielles.

Comme nous vous l'annoncions dans notre précédent numéro, Wafia Assurance vient d'introduire deux nouveautés dans sa gamme de produits. «Wafia Assurance innove et met à la disposition de la clientèle automobiliste deux nouveaux produits», annonce Ramsès Arroub, Président-directeur général de Wafia Assurance, à l'occasion d'une conférence de presse tenue récemment à Casablanca pour le lancement de ces deux nouveaux produits automobiles et de la campagne de communication. Il s'agit, en premier lieu, de Wafia Oto Maalem, une offre dédiée aux propriétaires de véhicule ayant atteint l'âge de 45 ans. En effet, cette catégorie de la population aura droit à un pack allant des

garanties jusqu'aux prestations d'assistance et du service après-vente, à des tarifs préférentiels. «Nous sommes les premiers à viser cette catégorie de clients, car nous pensons qu'une personne sage et expérimentée en conduite mérite notre

« Nous sommes les premiers à viser cette catégorie de clients. »

confiance», explique R. Arroub. Le second produit, Wafia Oto Aaly, quant à lui, a été conçu pour répondre aux besoins en assurances des familles détentrices de deux véhicules ou plus, avec à la clé des réductions tarifaires sur les véhi-



■ Après le succès de Wafia Oto Salaré et Wafia Oto WW, le management de la compagnie est confiant quant à la réussite de cette approche de segmentation.

cules additionnels. «Une famille qui dispose de deux voitures ou plus peut désormais avoir une seule facture sur toutes ses

mentations qu'est en train d'adopter Wafia Assurance. Pour rappel, en juillet dernier, la compagnie avait déjà lancé d'autres produits qui se basent sur le même principe. C'est notamment le cas de Wafia Oto Salaré, destiné aux salariés et Wafia Oto WW dédié aux acquéreurs de véhicules neufs.

Enfin, le management de Wafia Assurance ne cache pas ses ambitions d'acquies plus de parts de marché dans le secteur, et ce à travers le lancement de nouvelles offres d'ici la fin de l'année en se basant sur une segmentation par catégorie sociale des clients. ■

Y. A. T.

assurances automobiles, tout en choisissant l'assurance adaptée à chacun de ses véhicules avec des réductions très intéressantes», ajoute le PDG de la compagnie. Le lancement de ces deux nouveaux produits vient confirmer la stratégie de seg-