

Assurance Plaisance

DOCUMENT
INTERNE

Assurance Plaisance : un marché en pleine croissance

Le marché

- En France, **800 000** bateaux de plaisance : voiliers et bateaux à moteur en 2005.
- AXA est le **2^e assureur français** avec 12% de part de marché après Generali (25% de part de marché).
(Sources : XerfiPrevisis et l'Argus de l'assurance)

Les objectifs

- Avec 50 000 contrats en portefeuille en 2005, les objectifs sont :
- d'assurer, d'ici 2012, plus de **100 000 bateaux**,
 - de **devenir leader** sur le marché de l'assurance plaisance.

→ Afin de mieux positionner AXA sur ce marché, une campagne est organisée avec **le lancement d'un site Internet plaisance** pour les clients et une **forte présence publicitaire** pour soutenir votre démarche commerciale.

Les clients Plaisance d'AXA : une cible à fort potentiel

- Des clients aisés, âgés en moyenne de 52 ans,
- Des clients à forte valeur : 50 % ont un indice 4 ou 5
- Des clients fidèles : ils détiennent en moyenne 4,5 contrats chez AXA

→ **Une réelle opportunité d'équiper vos clients !**



L'offre Assurance Plaisance : des garanties et une formule enrichies

Avec les formules Plaisance Confort 1 et Plaisance Confort 2, l'offre Assurance Plaisance s'enrichit de nouvelles garanties et d'une nouvelle formule.

- Garantie du bateau **en valeur à neuf pendant 3 ans**
- Assistance aux personnes



Nouveau
en 2006

Formule jet-skis



- Responsabilité Civile
- Dommages au jet ski (sauf vol)
- Défense Recours
- Frais de retirement

Le positionnement : de nouveaux tarifs

- Maintien d'un **tarif parmi les plus bas du marché** pour les petites unités
- Tarif **revu à la baisse** pour les unités neuves ou de moins de 3 ans
- **Reconnaissance** de l'expérience du skipper par des réductions tarifaires
 - Selon la durée de détention du bateau, réduction pouvant aller jusqu'à **15 % de réduction**
 - Expérience maritime professionnelle d'au moins un an : jusqu'à **20 % de réduction**.
- Maintien de la dégressivité de la franchise : **réduction de 25 %** par année d'assurance sans sinistre.

Votre démarche commerciale

Présentez aux clients et aux prospects les points forts de l'offre.

Mettez en avant votre professionnalisme : service de proximité, conseil de spécialiste, accompagnement... et accentuez sur le fait que le client peut regrouper toutes ses assurances chez AXA : auto, MRH, santé, épargne, retraite, banque, Protection Juridique.

Un site Internet pour séduire les clients : www.plaisance.axa.fr

POUR LES CLIENTS ET PROSPECTS :

Les plaisanciers sont férus d'échanges d'informations sur leur passion. Le site Internet se veut être leur espace Club. Ils trouveront :

- de nombreuses **rubriques informatives** sur leur passion (chroniques de navigateur, rubrique protection de la mer, articles prévention et sécurité...),
- des **services pratiques** : calendrier des événements, météo plaisance, mise en relation avec nos partenaires...
- toutes les informations sur l'**offre AXA** : formules et garanties, points forts de l'offre,
- demande de **devis** en ligne.

POUR VOUS : L'ESPACE PRO

Vous accédez à l'Espace Pro à l'aide de votre code agence. Vous découvrez des informations sur :

- le **marché** de la plaisance
- les **plaisanciers** et leurs **attentes**
- l'**offre** et ses **avantages**

Alors connectez-vous vite sur www.plaisance.axa.fr !

Une présence dans la presse spécialisée

- Voiles et Voiliers
- Voile magazine

- Moteur Boat
- L'Argus du bateau

De juin à septembre 2006

Vos outils de communication



Affiche - réf. 150403



Dépliant - réf. 150401

Pensez à utiliser les modèles de lettre en IL 010 pour mieux équiper les clients.

