

Roederer prépare la sortie de crise

Le courtier en assurances strasbourgeois Roederer commence à ressentir les effets de la crise économique. Il vient de lancer une stratégie de diversification sur internet en direction des particuliers.

« Traditionnellement, le courtage est un des derniers métiers concernés par la crise et c'est un des derniers métiers qui sera concerné par la reprise », estime Geoffroy Roederer, dirigeant du groupe de courtage en assurances du même nom. L'entreprise qui emploie 95 salariés, est pour la deuxième année consécutive le premier courtier du Grand Est en volume d'activité.

Une activité qui a enregistré une progression de 5,9% en 2008 à 12,73 millions de chiffre d'affaires. Mais elle baisse en raison de l'impact de la crise économique chez les 4 000 clients revendiqués, essentiellement des entreprises.

Équipes commerciales renforcées

D'ailleurs, selon Geoffroy Roederer, 2009 **devrait être une année de faible croissance, moins de 5% de progression**, sans toutefois basculée dans le rouge selon les prévisions. Et 2010 pourrait être de même tonalité.

Le groupe, qui affirme avoir multiplié par trois son activité en dix ans, a réalisé sept opérations de croissance externe depuis 2000. Ce qui lui permet d'être présent, outre à Strasbourg où se trouve le siège historique, à Nancy, à Metz et à Paris.

« **Et notre ambition de rester le cabinet de référence du Grand Est est intacte** », précise le dirigeant qui laisse entendre que plusieurs autres opérations de croissance externe sont dans les tuyaux, dont une à Paris : « La situation fait que les centres de décisions quittent progressivement la province pour Paris et nous avons l'absolue nécessité d'être proche des centres de décisions ».

Les équipes commerciales ont été renforcées ces derniers mois pour accompagner les clients qui subissent la crise. Et pour préparer la sortie de crise, le courtier vient d'engager une stratégie de diversification via le web.

Conquérir d'autres clients par le web

Un site internet permet la souscription de mutuelles santé par les particuliers, une clientèle qui représente aujourd'hui environ 5% de l'activité du courtier.

« Nous ne voulons pas perdre de part de marché et l'idée, c'est de conquérir d'autres clients par le web. Car être sur le web ça signifie être potentiellement visible par 60 millions de Français », explique M. Roederer qui précise en outre que la progression de l'activité couverture prévoyance du particulier est bien supérieure à la progression de l'activité globale du groupe. Actuellement, le web générerait, directement, une affaire par semaine.

L'approche internet pourrait être déclinée pour d'autres activités d'assurance dans les prochaines semaines.

Olivier Claudon

Dernières Nouvelles d'Alsace - Édition du Mer 16 sept. 2009