



La devanture du concept store rue Gambetta, à Lille.

DISTRIBUTION

Quand le cabinet de courtage devient concept store

Gérald Demeyer a ouvert à Lille un cabinet de courtage pas comme les autres, où les visiteurs peuvent se brosser les dents. Un moyen de concilier prévention et développement d'affaires.

Un cabinet de courtage où l'on peut venir se brosser les dents : voilà une expérience peu commune que propose Gérald Demeyer, dirigeant du cabinet Demeyer Assurances, dans son agence pilote à Lille. « J'ai depuis toujours été sensible à la prévention dentaire. Pour attirer l'attention des clients sur ce sujet, j'ai décidé d'ouvrir, en juin 2021, une agence pilote où ils pourraient venir se les laver. J'ai fait de la prévention dentaire mon cheval de bataille », explique le cour-

tier. Le concept est simple. Dans son agence de 100 m², les clients et les prospects peuvent, à partir de 14 heures,

venir se laver les dents dans les neuf boxes dédiés, dont un accessible aux personnes handicapées. Toujours dans



Le concept store reste d'abord et avant tout un cabinet de courtage.

une optique de prévention, le courtier a mis en place des mécanismes de réduction de cotisations sur les contrats en santé individuelle de son portefeuille. « La première, permet d'avoir un remboursement sur une partie de la mensualité lorsque le client justifie d'une consultation chez le dentiste ou d'une activité sportive. La deuxième permet, grâce à un logiciel, de récompenser le 500^e passage d'une personne venant se brosser les dents au cabinet. Là aussi, il y aura un remboursement d'une partie des mensualités », explique Gérald Demeyer. La réduction correspond à 5% du montant mensuel de la cotisation, que le courtier finance pour le moment sur ses propres commissions et sur l'événementiel. Le cabinet s'associe, par exemple, à des marques de dentifrice pour faire découvrir les produits de soin dentaire dans son agence.

Projet de coaching

Toujours dans une optique de prévention, le courtier travaille également sur un projet de coaching en prévention dentaire, financé par l'assurance maladie et les organismes complémentaires. Un conseiller en santé orale sensibiliserait l'assuré aux gestes préventifs pour garder une bonne hygiène bucco-dentaire. « Ce n'est pour le moment qu'un projet. Le lobby dentaire ne semble pas voir le projet d'un bon œil... », affirme Gérald Demeyer.

À travers cette prévention dentaire, le courtier pour-

suit plusieurs objectifs. Le premier concerne la réduction des coûts. L'idée est simple : plus l'assuré développe de bons réflexes de prévention, moins il s'expose à des dépenses importantes de santé. « En réduisant les sinistres, le but est également de faire baisser les prestations versées par les assureurs. En 2020, ces derniers ont dépensé environ 3 Md€ uniquement pour des prothèses dentaires dans le cadre de la réforme du 100 % Santé », argue le courtier.

Une porte d'entrée

Et d'ajouter : « C'est finalement une stratégie gagnant-gagnant pour toutes les parties prenantes : assurés, courtiers et assureurs. » Actuellement,



Des espaces dédiés permettent aux clients de venir se brosser les dents à partir de 14 heures.

le courtier travaille avec une dizaine de porteurs de risques comme Allianz, le groupe Vyv et des courtiers grossistes

tels Novelia, Alptis et ECA Assurances.

La prévention reste enfin une excellente porte d'en-

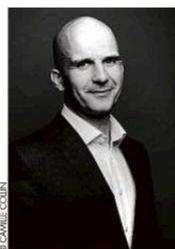
trée pour équiper le client en contrats. « Il faut savoir que les gens sont peu réceptifs lorsqu'on parle d'assurance. Mais ils vont être plus attentifs si l'on commence à parler prévention et santé. Ce n'est que dans un second temps que je leur parle de leur niveau de couverture », explique Gérard Demeyer. Et de compléter : « Je ne me focalise pas uniquement sur la complémentaire santé. J'ai une véritable stratégie de multiequipement du client. » En effet, le courtier propose également de la prévoyance, de la dépendance, de l'épargne retraite, de la responsabilité civile, de l'assurance habitation, de l'auto, de l'habitation et de l'assurance animaux.

● BENJAMIN CHABRIER

l'argus FACTORY

LES 23 & 24 NOVEMBRE 2021, PARIS
LE RDV DE L'ASSURANCE
EN TRANSFORMATION

LA PAROLE À



Loïc BALAY
Directeur de
Marché Assurance
DOCAPOSTE

Docaposte a largement diversifié ses activités. Quel est selon vous l'élément différenciant à apporter à l'assurance ?

Référent de la confiance numérique en France et filiale du Groupe La Poste, Docaposte propose en effet une des offres les plus larges du marché alliant numérique et physique, permettant de couvrir tous les besoins pour toutes les organisations.

La transformation digitale, réglementaire et métier, qui s'opère depuis ces dernières années sur le marché de l'assurance exige de plus en plus de confiance numérique dans la chaîne de valeur assurantielle. La capacité à opérer des services dans un environnement tiers de confiance complet et certifié constitue un élément central de différenciation dans la décision d'externaliser des processus métier complexes.

Docaposte bénéficie, à ce titre, d'un statut unique qui nous permet d'accompagner la transformation digitale des acteurs du marché, dans cet univers de confiance. Expert dans le traitement de données sensibles et 1^{er} opérateur français de données de santé, nous garantissons la pérennité et la sécurité des données hébergées en France pour le compte de nos clients, à travers nos solutions et services pour le traitement des données (Data et IA), la gestion de la conformité (KYC, processus Eckert,...), la distribution de nos solutions (signature, archivage, recommandé électronique ...), et la délégation de gestion.

En partenariat avec :



Programme détaillé et inscription sur : conferences.argusdelassurance.com
Contact : Sonia LUEMBA • sonia.luemba@infopro-digital.com • +33 (0)1 77 92 93 36

#ArgusFactory

PUBLIC COMMUNIQUE