

April IARD se recentre sur la clientèle haut de gamme

STRATÉGIE Sous le nom d'April Premium, le cabinet d'April spécialiste du dom-
mages concentre ses efforts sur les hauts revenus français et étrangers.

Après huit années d'existence, April IARD donne une nouvelle orientation à son activité et se recentre sur la clientèle haut de gamme. La société en profite également pour changer de nom, elle devient April Premium, « parce que c'est compréhensible dans toutes les langues ». Entendez par là qu'il s'agit désormais de capter aussi une clientèle internationale pour laquelle une plate-forme bilingue a été mise en place.

Des packages auto et MRH revisités

Ainsi, avec un niveau de commissions à 5 M€ réalisé en 2007 (+ 5%) pour 27 000 assurés, il semble que le courtier ait davan-

tage de mal à trouver son public en dommages qu'en assurances de personnes.

Ce recentrage intervient alors que les gammes auto et MRH ont été complétées et packagées pour cette clientèle, avec des garanties spécifiques, tels le véhicule de remplacement de même catégorie pour quarante jours, le remboursement sans franchise en cas de « car jacking » (vol de voiture avec menace ou violence) et celui des effets personnels volés à hauteur de 1 000 €.

Idem en habitation : le contrat est en « tous risques sauf », il n'applique pas de coefficient de vétusté ni de contrainte en termes de durée d'inhabitation et les objets d'art sont couverts sans limitation. La

gamme comprend également une garantie PNO (propriétaire non occupant), une garantie des loyers



Les gammes auto et MRH ont été complétées pour la clientèle aisée, française ou étrangère.

impayés et une couverture du titre de propriété. April Premium tire ainsi les leçons de sa collaboration avec BMW et du rachat de plusieurs courtiers spécialistes, comme CGCA ou GI2A, et propose à ses partenaires courtiers et agents de favoriser les relations avec des professions libérales, artisans et commerçants, mais aussi avec les impatriés, souvent mal assurés, en privilégiant la qualité de service par rapport au tarif.

La réflexion est également en cours avec April mobilité, qui vise cette population d'internationaux installés en France, et avec April patrimoine afin de se rapprocher des CGP (conseillers en gestion de patrimoine), notamment pour imaginer des offres communes. Dès cette année, l'objectif d'April Premium est d'augmenter son chiffre d'affaires et le nombre de ses affaires nouvelles de 15%. ●

ALEXANDRA OUBRIER