



Jonge maatschappijen onder de loep

Niettegenstaande de Belgische markt reeds rijkelijk voorzien is van maatschappijen zagen de laatste 5 jaar een aantal verzekeraars het levenslicht. In die periode startten Belstar, ZA Verzekeringen, Piëtte & Partners, Protect en Royal Life van nul. Eén punt hebben zij met elkaar gemeen: het zijn allemaal duidelijke niche-spelers ofwel wat produktaanbod, ofwel wat doelgroep of regionale benadering betreft.

In dit nummer van De Verzekeringswereld starten wij met een korte reeks waarbij zij aan het woord komen.

Piette & Partners

De ambitie om klein te blijven

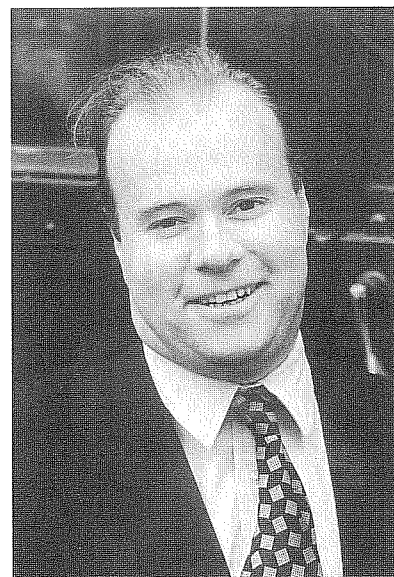
Het mag opmerkelijk genoemd worden. Een verzekeraar die absoluut klein wil blijven. Zeker in tijden waar schaalvergroting en marktbezetting aan de orde van de dag zijn. Guy Piette, afgevaardigd bestuurder van Piette & Partners (PNP), houdt er sinds de start van zijn maatschappij in 1993 een koersvaste strategie op na: kleinschaligheid met regionale actieradius en bemiddeling uitsluitend via onafhankelijke makelaars, die hij een zekere exclusiviteit garandeert.

PNP is een duidelijk voorbeeld van wat men een geografische nichespeeler noemt. Haar produktie haalt zij quasi volledig uit Oost- en West-Vlaanderen. Beide provincies zijn goed voor respectievelijk 30% en 70% van het premie-incasso, dat in 1994 op 95 miljoen werd afgeklakt. Guy Piette koos voor deze niche-afbakening omdat algemeen gesproken in deze provincies de schadestatistiek van particuliere risico's een stuk gezonder is dan in de rest van het land. Wat zich uiteindelijk in een betere S(chade)/P(remie)-ratio vertaalt en een technisch verzekeringsresultaat oplevert, dat zo'n 10 à 15% hoger noteert. Guy Piette: "Waarom het verder gaan zoeken als de goede risico's zich bij wijze van spreken in mijn achtertuin bevinden en hier nog plaats is voor een kleine regionale maatschappij."

Bewuste keuzes maken

"Daarenboven voel ik me streekgebonden en is er mijn persoonlijke ingesteldheid. Ik wens in belangrijke mate zelf mijn zaken nog te kunnen overzien." Een kruideniersmentaliteit die hij positief interpreteert. "Als bedrijfsleider wil ik het kloppend hart van mijn eigen business voelen. Zelf voeling houden met onze produkten, onze service en met de makelaars waarmee we samenwerken, vind ik belangrijk", onderstreept Guy Piette. "En een aantal makelaars weet dit te appreciëren."

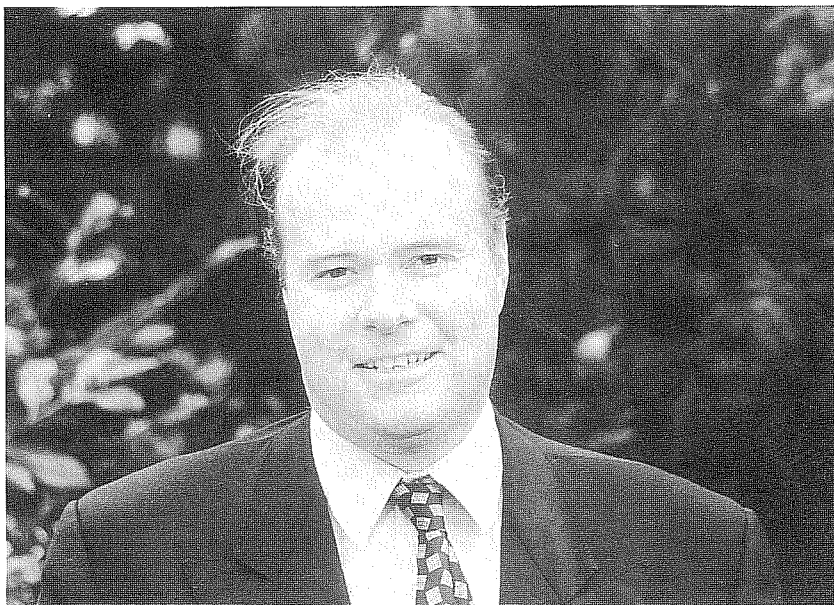
Klein blijven is een bewuste strategische keuze van deze Westvlaamse verzekeraar. En aangezien klein een relatief begrip is, zeker in het Texas van West-Vlaanderen, vragen we hem op de man af wat wij ons daarbij mogen voorstellen. "Onder het miljard blijven. Premie-incasso wel te verstaan. Anders gaan we het voordeel van onze kleinschaligheid verliezen. We kunnen dan niet meer zo kort op de bal spelen en moeten we



Delegatie van bevoegdheden naar de makelaar toe noemt Guy Piette een vals probleem. "Als een maatschappij behoorlijk haar taak uitoefent door bijv. de polis vlug en juist op te stellen en schade-afhandeling snel en correct te regelen, dan is delegatie niet nodig."

inboeten aan creativiteit en flexibiliteit in onze service. Wij willen kost wat kost onze troeven van korte beslissingslijnen en snelle schadegeving behouden”, klinkt het aan het Kortrijkse Casinoplein, waar zich de hoofdzetel van PNP bevindt. Gezien de beperkte actieradius zijn bijkantoren niet nodig. De PNP-baas stipuleert: ”Wij vinden letterlijk en figuurlijk snel de weg naar onze bemiddelaars en zij naar ons.”

In korte tijdspanne bouwde Piette & Partners een relatiernetwerk uit met zo'n 250 onafhankelijke bemiddelaars. Zij mikt hierbij op middelgrote makelaarskantoren met 4 à 5 werknemers die actief zijn op de particuliere en KMO-markt. Per 10.000 inwoners wil PNP, via de makelaardij vertegenwoordigd zijn. Voor de regio Zuid-West-Vlaanderen is dat nu alzo. Op deze ingeslagen gaat Piette & Partners nu verder. Niet roekeloos maar gezond groeien. ”Het spreekt voor zich als een makelaar goed met ons samenwerkt, wij geen tweede distributiepunt in zijn buurt gaan zoeken. Met deze exclusiviteit willen wij onze bemiddelaars respecteren.” PNP verdeelt haar producten uitsluitend via makelaars. Alhoewel deze jonge verzekeraar al meermaals



Guy Piette geeft niet thuis wat incentive reizen betreft: ”Bij ons geen reiscatalogi, zoals je die bij een aantal van mijn collega's kan vinden. Zij hebben eerder iets weg van een reisbureau dan van een verzekeraar.” PNP opteert daarentegen wel duidelijk voor een systeem van winstdeelname.

de kans kreeg om rechtstreeks werknemers van bedrijven in zogenaamde *valse* groepen te verzekeren. ”Het was erg aantrekkelijk maar we zijn er resoluut niet op ingegaan. Wij willen onze principes bewaren.”, zegt Guy Piette krachtig. PNP-producten via banken slijten, ziet Piette

ook niet zitten. ”Je kunt volgens mij deontologisch geen verschillende wegen bewandelen. Niet als kleine, maar ook niet als grote. Al moet ik toegeven dat de *multichannel* strategie van een aantal collega's-verzekeraars het blijkbaar wel doet. Maar wij beginnen er gewoon niet aan.”

Kent u onze aktie "rookdetector" ?



**Commercieel
sekretariaat
02/ 220.32.21**

**NATIONALE SUISSE
VERZEKERINGEN**



Tweckerkenstraat 14 - 1040 Brussel - Tel (02)220 32 11 - Fax (02)217 72 34

Wat producten betreft is het PNP-gamma eerder beperkt te noemen: BA-auto, omnium, verkeerspolis, brand eenvoudige risico's en familiale. Wat auto betreft geeft Piette & Partners nog wel eerste risicodekking in omnium. "Er zijn er nog weinigen die dat de dag van vandaag nog doen.", zegt Piette. Van het oorspronkelijk bedrijfsplan om in '95 levens- en ziekteverzekeringen te lanceren, is nog niets in huis gekomen. Mogelijks komt mede-aandeelhouder Alte Leipziger, via PNP, in een later stadium met deze producten op de markt. Wel zoekt de Westvlaamse verzekeraar in de nabije toekomst haar aanbod met niche-producten uit te breiden. Maar Piette vindt het te vroeg om daarover nu al iets concreet los te laten. "Wat tarificatie betreft liggen onze producten eerder in de prijsgunstige range. Maar we zijn beslist niet altijd de goedkoopste", verduidelijkt Guy Piette.

Voorstander van het solidariteitsbeginsel

De PNP-topman is een grote voorstander van het solidariteitsbeginsel in verzekeringen. Hij segmenteert dan ook nauwelijks in auto. Als enige criteria gelden min of plus 23 jaar én betreft het een wagen met of zonder sportkenmerken. Naargelang de combinatie levert dit een premie van 110 à 120% op. "Normaliter zouden wij om technisch verantwoord te zijn aan jongeren onder de 23 een premie van 200 à 250% moeten vragen.

Maar de toekomst van een verzekeraar zijn toch ook de jongeren, zeker. Je mag de jongeren toch niet straffen. Onze bemiddelaars appreciëren die houding en brengen in ruil dan ook andere en betere risico's aan. Want het is natuurlijk niet de bedoeling dat wij straks, gezien onze tariefstelling, er een flink pak jongeren bijkrijgen. Zo zou onze portefeuille uit evenwicht geraken."

Delegatie van bevoegdheden naar de makelaar toe noemt de PNP-bestuurder een vals probleem. Hij argumenteert: "Als een maatschappij haar taak naar behoren uitoefent, door bijv. de polis vlug en juist op te stellen en schade-afhandeling snel en correct te regelen, dan is delegatie niet nodig. Ieder zijn taak. Wij moe-

Het schoolrapport van Piette & Partners

PNP, voluit Piette eN Partners Verzekeringsmaatschappij zag op 1 maart 1993 het levenslicht. Rond de doopvont stonden Guy en vader Hubert Piette, die via de familieholding Coverpi 51% van de aandelen in handen hebben en de heren Heinrich Schacht en Martin Lange van de Alte Leipziger dat voor 49% tekent. Ze brachten samen 100 miljoen in (volstort) om dit Westvlaamse initiatief van start te kunnen laten gaan. Zoals ieder beginnend bedrijf heeft ook PNP haar financieel plan moeten bijstellen o.m. door een vertraging in de opstart. Alhoewel haar incasso nog erg bescheiden is en veel weg heeft van klein duimpje in reuzenland ruiken de jaarcijfers naar gezonde groei. In '93 boekte PNP een premie-incasso van 36 miljoen en een S/P-ratio van 33%. 200.000 BEF werd als winstdeelname aan makelaars uitbetaald. De netto bedrijfskosten situeerden zich op 123%.

Voor het boekjaar '94 klom het incasso naar 95 miljoen, maar steeg ook de S/P-ratio naar 46%. PNP keerde 600.000 BEF winstdeelname uit. De bedrijfskosten daalden fors tot 35%.

Voor dit jaar hoopt PNP een incasso van 170 miljoen te halen en voorziet zij een S/P-ratio van 52% en een bedrijfskost van 22%. Zij budgetteerde 3,5 miljoen BEF voor uitkeringen in de vorm van winstdeelname. De voorbije jaren betaalde PNP gemiddeld 19,6% aan commissie.

In 1997 zal PNP *break even* draaien. Een premie-incasso van 325 miljoen BEF wordt dan in het vooruitzicht gesteld. De kaap van de 750 miljoen BEF hoopt PNP in 2002 te overschrijden. Een probleem om onder het miljard te blijven stelt zich dus voorlopig niet, wel veeleer om het te bereiken, want een kritische massa aan zakenvolume halen is keiharde noodzaak.

ten niet op elkanders stoel gaan zitten. Een aantal maatschappijtaken richting makelaar schuiven, hoeft niet. De taak van de makelaar moet zich veeleer op commercieel dan administratief situeren."

Weg met incentive reizen

Guy Piette is geen voorstander van supercommissies noch van incentive reizen naar exotische oorden. "Deze optie heeft onze samenwerking met makelaars niet noemenswaardig bemoeilijkt. Alhoewel er altijd makelaars zijn die je daarvoor laten vallen. Het weze dan zo. Wij hebben van in het begin duidelijk gesteld dat wij niet meedoen aan het vraag en aanbodspel van exuberante aanwerving-commissies en verre reizen. Bij ons dan ook geen reiscatalogi, zoals je die bij een aantal van mijn collega's kan vinden. Zij hebben eerder iets weg van een reisbureau dan van een verzekeraar.", zegt de PNP-afgevaardigd-bestuurder. Wel kent PNP bovenop de normale commissieverloping nog een winstdeelname toe.

Deze winstdeelname wordt *niet enkel* op de netto aangroei van de aan-gebrachte zaken, maar op de totaliteit van de portefeuille toegepast. En dit zonder beperking in tijd en volume. "Een zuiver principe als je met elkaar zaken doet en een gezonde acceptatiepolitiek wil voeren." Zij stelt wel een aantal voorwaarden. Minimum 35 nieuwe zaken per jaar en de technische kost *plus* commissie mag niet hoger uitkomen dan 80% van de premie.

"Partner worden van Brocom zit er voorlopig voor ons niet in. Niet omdat wij er niet in geloven, maar omdat ons stringent budgetbeleid het niet toelaat. Idem voor Assurnet. Maar tussen dit en een paar jaar gaan we vast en zeker bij beide verzekering-maatschappij moeten wij onze budgettaire boordtabellen goed in het oog houden, anders raken we snel uit koers", besluit Guy Piette.

FRANK CLAES

