Experts en automobile – Anea – Diversification

« Proposer de nouveaux services aux automobilistes »

Philippe Ouvrard, qui entame sa troisième année de mandat à la tête de l'Alliance nationale des experts en automobile (Anea), fait le point sur ses initiatives pour faire face aux évolutions qui touchent le métier.

LAETITIA DUARTE

> Pour aider les experts, nous lançons une marque destinée au grand public.
>
> **PHILIPPE OUVRARD,** président d'Anea

Comment se porte la profession des experts en automobile ?
En 2012, elle a subi une baisse d'activité de l'ordre de 7 à 12 %, ce qui n'était jamais arrivé, la progression du parc automobile masquant la baisse de la sinistralité. À cette dernière, qui est liée à des phénomènes comme la hausse du prix du carburant ou l'essor du covoiturage, est venue s'ajouter l'évolution des pratiques des assureurs en matière de gestion de sinistres au cours de ces deux dernières années.

Quelles solutions explorez-vous ?
Depuis deux ans, nous travaillons, à travers le programme Cap 2013, au renforcement des relations avec les assureurs, afin de mieux comprendre leurs exigences et leurs projets et d'être en mesure d'anticiper les répercussions de leur stratégie. Des initiatives comme l'appel d'offres mené par Allianz, la mise en place du système de « chiffrage autonome du réparateur » par Covéa, la centralisation des expertises auprès de BCA décidée par Direct assurance et, demain, la mutualisation des réseaux d'experts des mutuelles de Sferen ne sont pas sans incidences sur la profession. Cette veille nous permet de mieux accompagner les cabinets qui ne sont pas retenus, d'élaborer des outils pour les aider à mieux maîtriser leur rentabilité et de proposer de nouveaux services aux assureurs.

Quels types de services ?
Outre la détection de la fraude, un sujet sur lequel travaille l'une de nos commissions, la profession a des solutions à apporter en matière de gestion des bris de glace, d'audit de parc de véhicules en amont de la souscription, ou encore d'accompagnement des assurés lorsque leur véhicule est considéré comme économiquement irréparable. Cette situation est importante pour les assureurs puisque c'est à l'occasion du changement de véhicule que leur client risque de partir à la concurrence. En parallèle, nous avons beaucoup travaillé sur l'ouverture de la profession au grand public. Nous avons une réelle plus-value à apporter aux automobilistes. À nous de le faire savoir.

Que proposez-vous aux experts dans ce domaine ?
C'est en offrant de nouveaux services aux automobilistes que nous pourrons en partie compenser la baisse d'activité. Nous avons donc élaboré plusieurs prestations et outils qui peuvent être relayés par les experts, comme des analyses d'huile permettant d'évaluer l'état d'un moteur, ou encore une base de données des valeurs par modèles et numéros de série, afin de mieux conseiller les automobilistes souhaitant vendre ou acheter un véhicule. Pour aider les experts à faire connaître l'ensemble des services d'accompagnement qu'ils peuvent proposer aux particuliers, nous lançons une marque, Carré expert auto, et un *pack* complet comprenant outils et formation *(lire l'encadré)*.

Lors de votre congrès, le 5 avril, il a été question de véhicule électrique…
Anea propose déjà des formations pour les experts qui interviennent sur des véhicules électriques ou hybrides. Mais ces technologies étant récentes, elles posent encore de nombreuses questions en matière d'assurance et d'expertise. Comment aborder l'estimation et l'indemnisation sachant que les batteries sont parfois fournies en location ? Comment se gère la fin de vie de ces véhicules ? Nous échangeons régulièrement avec les assureurs sur ce sujet.

Vous aviez aussi pour objectif de vous rapprocher des adhérents…
Nous avons rencontré les experts lors d'un Tour de France qui a fait étape dans six villes. Et nous venons de mettre en place un baromètre de la profession afin d'interroger régulièrement les adhérents sur leur perception du métier et l'évolution de leur activité.

■ PROPOS RECUEILLIS PAR ESTELLE DURAND

UNE BOÎTE À OUTILS AU SERVICE DE L'AUTOMOBILISTE

Une marque, un kit de communication, un outil de travail et, demain, un site Internet : à travers Carré expert auto, l'Anea fournit à ses adhérents tout le nécessaire pour bâtir autour de leur savoir-faire une offre de services destinée aux automobilistes.

Outre le dispositif de communication et les outils commerciaux (conditions générales de vente, notamment), l'Anea, *via* sa filiale recherche et développement (AR&D), met à leur disposition **un logiciel facilitant l'estimation de l'état et de la valeur d'un véhicule.** Objectif : offrir à l'automobiliste la possibilité de vendre son bien au juste prix et à l'acheteur d'acquérir un véhicule labellisé par un professionnel. Un site Internet comprenant un répertoire des experts proposant ces prestations et une vitrine des véhicules expertisés sera lancé prochainement.