

EuroBusiness Media (EBM) : AXA, un des leaders mondiaux de l'assurance et de la gestion d'actifs, publie ses résultats pour le premier semestre 2016. Thomas Buberl, bonjour. Vous êtes le prochain Directeur général du Groupe. Quels sont vos commentaires sur ces résultats du premier semestre ?

Thomas Buberl : Ce sont clairement des résultats très solides, malgré un environnement très, très difficile. L'environnement a été caractérisé par des taux plus bas, après Brexit, par une volatilité des marchés élevée et des catastrophes naturelles qui ont été plus nombreuses que l'année dernière.

Dans cet environnement difficile, le Groupe a produit de bons résultats : 3,1 milliards d'euros de résultat opérationnel, une croissance du résultat net de 4 % et avec une solvabilité de 197 %, bien dans notre fourchette cible.

Si on regarde les lignes de métiers, on voit que c'est vraiment bien partagé par toutes les lignes de métiers. On vit dans cet environnement difficile de taux bas. On est focalisé sur la santé et la protection et sur les produits qui ont une consommation légère de capital. Là, on a bien avancé.

Dans le dommage, on a montré une bonne croissance : 4 % pour les particuliers et 3 % pour les entreprises. Dans la gestion d'actifs, on a continué sur notre lancée avec une collecte nette de 19 milliards. Au total, vraiment de bons résultats, dans un environnement difficile. Ça montre que la stratégie qu'on a lancée le 21 juin est bien placée dans cet environnement.

EBM : Vous allez prendre la Direction générale d'AXA à compter du 1er septembre. Comment comptez-vous faire avancer le Groupe dans un environnement chahuté ?

Thomas Buberl : C'est clairement un environnement difficile mais la stratégie qu'on a lancée le 21 juin montre bien comment on peut vraiment réussir dans un environnement comme ça. Cette stratégie a deux piliers. Le premier pilier, c'est sur la question "Focus" : qu'est-ce qu'on doit faire pour améliorer la performance dans un environnement difficile ? Cela concerne tous les leviers qui sont entre nos mains. Premièrement, c'est la question « Comment peut-on vraiment améliorer nos marges et travailler sur notre efficacité ? ». La deuxième question c'est « Comment peut-on vraiment utiliser le momentum de croissance dans des produits et lignes de métiers ciblées, par exemple la santé ou la vie, avec une consommation de capital très légère ? ». Et troisièmement, c'est la question « Comment peut-on vraiment utiliser notre taille, notre présence globale pour vraiment avoir des partenariats avec des grandes entreprises digitales ? ». Et dans ce sens-là, je suis très fier qu'on ait fait un accord avec Alibaba la semaine dernière : un partenariat comme des partenariats qui ont déjà été organisés avec Facebook, avec LinkedIn, avec BlaBlaCar ou avec Jumia en Afrique.

Ce pilier Focus nous donne vraiment la stabilité et la possibilité de travailler sur la transformation du Groupe. On doit se transformer parce que nos clients ont changé. Ils veulent autre chose. Et c'est pour ça qu'il faut qu'on travaille sur la question « Comment peut-on vraiment changer l'expérience clientèle, comment peut-on vraiment être au même niveau que les grandes entreprises digitales, et comment peut-on améliorer notre relation avec les clients ? ». La question pour moi est « Comment peut-on se développer de "payeur" à "partenaire" ? ». Et la question des données est très importante en termes de « Comment peut-on utiliser ces données au service des clients ? ».

Tout cela est très important et notre transformation est complètement focalisée sur la question « Comment peut-on servir notre client, même mieux, qu'aujourd'hui ? ».

EBM : Et que va changer cette transformation pour les collaborateurs d'AXA ?

Thomas Buberl : La transformation est une très grande opportunité. Si j'avais à parler aux collaborateurs, je leur dirais que c'est vraiment quelque chose qu'on peut uniquement arriver à faire ensemble. Et je suis très sûr qu'on va y arriver. J'ai eu l'opportunité de visiter une vingtaine d'entités AXA lors des derniers 3 mois. Et c'était très bien de voir, dans mes conversations avec les équipes, qu'il y a beaucoup d'idées, il y a beaucoup d'énergie et toutes les réponses sont dans l'entreprise.

Cette transformation veut dire aussi qu'on peut se développer en termes de capacités. Le digital demande de notre part différentes choses. C'est pour nous l'opportunité de s'adapter, d'apprendre autre chose et d'avoir plus de temps pour le client ou pour le servir mieux.

La deuxième opportunité, pour moi, c'est vraiment que nos équipes peuvent faire une différence dans la société. Il n'y a pas longtemps, on a décidé de sortir des investissements dans le charbon. Ou, il y a quelques mois, où on a également décidé de sortir des investissements dans le tabac.

Tout cela pour vraiment avoir un impact sur la société, pour l'environnement et pour la santé. Pour nous, c'est très important. Et je suis très fier de faire partie de cette transformation et de travailler avec tous les collaborateurs sur cette transformation.

J'aimerais vraiment remercier toutes les équipes pour leur énergie, pour leurs services et vraiment pour leur engagement de chaque jour afin de donner des services aux clients et d'aider les clients. Merci.

EBM : Thomas Buberl, prochain Directeur général du groupe AXA, je vous remercie.

Thomas Buberl : Merci à vous.