

# RMA Watanya: Le plan de bataille continental

• Acquisition de 4 compagnies dans 3 pays

• Plus d'une dizaine de pays ciblés à l'horizon 2020

LA filiale assurances du groupe FinanceCom s'assure des relais de croissance à l'échelle continentale. RMA Watanya s'est engagée dans la création d'un groupe d'assurances panafricain à l'horizon 2020 (cf. notre édition du 3 mars 2014). L'assureur vient d'ailleurs d'annoncer l'acquisition de quatre compagnies implantées dans trois pays-clés. Ces acquisitions devront permettre à RMA Watanya de déployer ses activités dans les 11 autres pays de la Confédération interafricaine des marchés d'assurances (CIMA). La dynamique enclenchée devra désormais connaître une forte accélération. A terme, la compagnie marocaine a pour ambition d'assurer une présence dans plus d'une dizaine de pays pour atteindre un niveau cumulé de primes de 400 à 500 millions

de dollars avec des parts de marché de top tiers dans la région. La stratégie continentale de l'assureur marocain repose sur son développement initial dans des pays clusters, que ce soit ceux de la zone CIMA,

## Carte de visite

COMME son nom composé l'indique, RMA Watanya est née de la fusion de la Royale marocaine d'assurances et Al Watanya, elle-même issue de l'absorption de l'Alliance africaine en 2001. RMA Watanya est l'une des principales compagnies d'assurances au Maroc. Elle couvre l'ensemble des segments du marché de l'assurance Vie et Non-Vie. La compagnie est d'ailleurs l'un des partenaires privilégiés des opérateurs industriels. Fort d'un réseau de distribution assez diversifié, l'assureur est relayé par ses courtiers partenaires, ses agents généraux ainsi que son canal de bancassurance. Pour moderniser ses prestations, la filiale du groupe FinanceCom a développé de nouveaux canaux alternatifs tels que le web et le mobile. □

ou de la zone Afrique de l'Est ou encore l'Afrique australe, sans oublier le marché maghrébin.

La stratégie de croissance externe de l'assureur est accompagnée par une politique complémentaire de lancement de compagnies en «greenfield» afin de couvrir l'ensemble des zones géographiques ciblées. A travers son déploiement conti-

ental, RMA Watanya devra aussi composer avec des concurrents marocains de référence déjà implantés ou en cours d'installation. C'est le cas notamment de Colina (Groupe Saham) et Wafa Assurance

(AWB). Pour assurer le positionnement d'une institution continentale de référence, RMA Watanya capitalise sur ses multiples atouts. D'abord, son expertise de pionnier dans le domaine au Maroc, sa maîtrise reconnue dans les activités de bancassurance, ses capacités financières et son potentiel dans le placement et la gestion d'actifs. La compagnie compte également faire va-

loir des synergies avec le groupe FinanceCom, qui assure une présence à travers ses activités bancaires (réseau Bank of Africa, Banque du Mali, la Congolaise de Banque...). Le groupe opère auprès d'une vingtaine de pays africains et dispose d'un réseau de 400 agences hors Maroc. Mais il y a aussi le rapprochement stratégique avec les opérateurs locaux. Ce qui devra assurer une proximité et des produits plus adaptés. Et c'est cette forte présence commerciale qui devra servir de levier pour relayer l'activation rapide de la bancassurance tout en optimisant la diversification de la gamme de produits Vie et Non-Vie. La stratégie de développement de l'assureur repose non seulement sur le volet technique, mais également sur le volet financier pour ce qui relève de la gestion d'actifs. L'enjeu est de capitaliser sur le modèle développé pour la création de nouveaux instruments financiers dédiés à l'investissement, notamment dans les infrastructures. □

A. R.