

ASSURANCE

CREVAISON

PNEUMATIQUE®

INSURANCE PUNCTURE-TYRE®
SEGURO PINCHAZO-NEUMATICO®

Stéphane BRAZI
06 86 00 65 36
stephanebrazi@orange.fr

LE CONTRAT

I-OBJET DE LA GARANTIE

Cette garantie couvre :

- le coût de la réparation de la crevaison
- le remplacement du pneumatique, si celui-ci n'est pas réparable, avec une prise en charge, au prorata de l'usure...

II-LIMITES DE LA GARANTIE

-Dans le cas d'une crevaison irréparable, le remplacement du pneumatique est limité à un par an.

-Le vol et le vandalisme sur les pneumatiques ne sont pas pris en charge par cette option d'assurance.

-les caractéristiques et références des pneumatiques à remplacer, correspondront aux données des constructeurs automobiles, selon le véhicule.

Si l'assuré veut faire remplacer son pneumatique, par celui d'une autre taille, alors la différence de prix demeurera à sa charge.

-Si l'assuré crève, que le témoin d'usure est dépassé, la prise en charge ne pourra s'appliquer, pour éviter les abus...

La coexistence de cette nouvelle option d'assurance, avec les différents produits d'assistance existants, offrirait aux assurés, par leur complémentarité, un service de qualité inégalable dans le monde.

Important : cette nouvelle assurance peut s'inclure également, dans l'assistance des cartes de paiements et des cartes de crédits.

LE MARCHÉ

En France, il existe plus de **40 millions de véhicules en circulation**(véhicule particulier à moteur 4 roues)

Le nombre de crevaisons en 2002 était de 3 millions d'unités (**SOURCE MATMUT**)

Le coût total des réparations de crevaison en 2002, s'est élevé à

51 millions d'euros en France...

Mutualisons ce risque

Le contrôle technique est obligatoire tous les 2 ans, donc il y a une vérification systématique des pneumatiques.

Le kilométrage annuel moyen est de 17 400km (source INSEE et AGIRA en 1990)

La durée de vie minimale d'un pneumatique est de 40 000 km

A 1,5€ de cotisations mensuelles par assuré :

Le Marché En France représente plus de 720 millions d'€ de CA/an

Une réparation de crevaison coûte en moyenne 17€

Dans le MONDE, il existe plus de 460 millions de véhicules particuliers en circulation

-En EUROPE plus de 3 milliards d'€ de CA/an (261 millions de véhicules particuliers)

-En AMERIQUE plus de 3 milliards de \$ de CA/an (201 millions de véhicules particuliers)

Soit un **marché mondial** de plus de **8,5 milliards d'€** de CA/an.

La spécificité de ce produit d'assurance est, qu'il a été protégé par un dépôt de marque, dans les classes spécifiques liés à son activité, et, sa puissance stratégique, est qu'il n'existe pas de synonyme.(lire dépôt INPI)

Il demeure néanmoins le marché des crevaisons à étudier, concernant :

- les camions
- les autocars
- les scooters et motocycles (vélos à voir)
- les avions...

En France, en Europe, et dans le reste du monde.....

EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION DU MARCHE GLOBAL FRANCAIS

CHARGES	PRODUITS	MARGES BRUTES	TAUX DE RENDEMENT	
51 000 000 (1)	720 000 000	669 000 000	92.90%	OPTIMISTE
210 000 000 (2)	720 000 000	510 000 000	70.80%	PESSIMISTE

(1) *3 millions de crevaisons a 17€*

(2) *3 millions de pneumatiques à remplacer. Sans tenir compte le prorata, qui réduira cette estimation*

La taxe fiscale sur les primes d'assurance auto avoisine les 18%, soit plus de 120 millions d'€/an

L'impôt sur les société verra son montant s'accroître....

BUSINESS PLAN

En France, chaque année, il y a 3 millions de crevaisons chez les automobilistes (véhicules 4 roues a moteur).

Chaque année, tous les garagistes de France réparent ou remplacent les pneumatiques des 3 millions d'automobilistes victimes de crevaison.

I-PRESENTATION DU PROJET

Une crevaison est un risque, donc elle est aléatoire, improbable, mais elle demeure probable.

Environnement et innovation commerciale, mutation des besoins.

Aucun assureur n'assure ce risque... hormis le vandalisme

II-PRODUIT, MARQUE

Assurance crevaison-pneumatique®

Cette marque a été déposée à l'INPI dans les classes suivantes: 35, 36 et 37

Produits ou services désignés : Publicité ; gestion des affaires commerciales, administration commerciale ; travaux de bureau. Conseils, informations ou renseignements d'affaires. Bureaux de placements. Gestion de fichiers informatiques. Comptabilité. Assurances ; affaires financières affaires monétaires ; affaires immobilières. Caisses de prévoyances. Constructions ; réparations ; services d'installations. Rechappage ou vulcanisation de pneus.

III-MARCHE

Etude de marché

La méthodologie pour la réalisation de cette étude de marché réside en trois points :

- La mutualisation du risque, répartie sur les automobilistes peut elle constituer un avantage pour l'assuré?(40 millions d'automobiles en circulation)
- Est-ce qu'il n'est pas plus avantageux pour l'automobiliste, de ne pas s'assurer, et supporter les couts lorsqu'il crève seulement?
Parce que l'incertitude demeure la règle essentielle des probabilités.
- Comment présenter le produit pour qu'il déclenche chez l'assuré l'acte de souscription?

Une crevaison coute 17€

La cotisation annuelle couterait 18€, la cotisation est moins intéressante que le coût ponctuel d'une réparation de crevaison.

La mutualisation du risque permettra la prise en charge, du remplacement du pneumatique, si celui-ci n'est pas réparable, selon les conditions de l'assureur...

CHARGES	PRODUITS	MARGES BRUTES	TAUX DE RENDEMENT	
51 000 000 (1)	720 000 000	669 000 000	92.90%	OPTIMISTE
210 000 000 (2)	720 000 000	510 000 000	70.80%	PESSIMISTE

(1) 3 millions de crevaisons a 17€

(2) 3 millions de pneumatiques à remplacer. Sans tenir compte du prorata, qui réduira cette estimation

L'environnement

La situation économique, pour tous les foyers français, est à l'économie, Comment réalise-t-on des économies dans la gestion d'un budget? En prévoyant les dépenses, et l'assurance est le maître mot dans la prévention des dépenses à envisager. Seule le risque est une dépense inattendue.

Le contexte

La mutation des besoins, dans les habitudes de consommation des ménages français, s'articule au tour du « travail ». C'est la source du fonctionnement d'un foyer pour régler le loyer ou le crédit immobilier, la voiture, les assurances, l'alimentation.

Aujourd'hui, l'argent ne circule plus, et on évite d'avoir de l'argent sur soi, pour éviter de dépenser inutilement, ou alors on épargne.

L'assurance fonctionne par prélèvement bancaire automatique, si l'on peut éviter toute dépense inattendue, en la budgétisant dans l'assurance auto....sans que cela se ressente!!!

Et éviter une grosse dépense d'un coup.....alors pourquoi ne pas éviter....

La situation actuelle par rapport a ce produit

Le Manufacturier Michelin fidélise ses clients en leur proposant une garantie dommages pneumatique, Kléber aussi, une de ses filiales....

Lorsqu'un client Michelin ou Kléber crève, le dépannage est compris, pour le conduire au garage le plus proche, afin de réparer ce pneumatique voire de le remplacer, si nécessaire, au prorata de l'usure, toujours.

Ce système de fidélisation lui confère la notoriété qu'il a toujours eu, c'est quasiment une marque de luxe dans le pneumatique. Les clients le ressentent bien à la caisse du garage.

Sauf que Michelin est un Manufacturier, et le Dépannage jusqu'au garage est effectué par AXA Assistance..

Toutes les automobiles, ne sont pas équipés de pneumatiques Michelin.

Pour atteindre tous les automobilistes, il faut passer par l'Assurance.

Que chacun exerce efficacement son métier, les assureurs vendent des assurances, et les manufacturiers produisent des pneumatiques.

La demande

En France, il existe 40 millions d'automobilistes en circulation.

Le tarif mensuel 1,5€

Le marché potentiel annuel sera de 720 millions €

Pas de concurrence, plutôt un répartition des parts du marché, puisque chaque assureur, mutuelle ou banque le proposera à ses clients...

Les opportunités de développement et les avantages concurrentiels résideront, dans la qualité du service apporté à l'assuré, et son prix. Multiplier les accords avec les garagistes marquera l'efficacité et la qualité du traitement du sinistre (proximité/temps).

Le prix indiqué est une base révisable, ainsi que les termes contractuels, selon la politique de l'entreprise exploitante.

IV-STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT ET PLAN D'ACTION

Business model

Je céderai des licences d'exploitation non-exclusives de la marque à tous les assureurs qui souhaiteront l'exploiter.

Le prix de Base est fixé à 1 € euros par véhicule en portefeuille et par an (ex: une mutuelle possède 3 millions d'automobiles assurées chez elle, ça fera 3 millions d'euros par an à verser comme droit d'exploitation de la marque)

Stratégie produit

Mon but est d'atteindre les 40 millions d'automobiles en circulation, donc tous les assureurs, les mutuelles, les banques et les constructeurs automobiles fédérant ces 40 millions d'assurés.

Stratégie production

Réunir tous ces acteurs (mutuelles, assureurs, banques et constructeurs auto) et leur proposer communément leur part de marché respective.

Stratégie commerciale

Le droit d'utilisation de la marque confèrera à l'assureur le droit de l'exploiter juridiquement, dans ses contrats.

La lisibilité pour les assurés dans la sémantique de la marque, donc du produit...

Une seule et même appellation pour un seul risque... comme bris de glace, omega3 ou assurance chômage, etc.....

V-ORGANISATION DES MOYENS A METTRE EN OEUVRE

Organisation et moyen humains

Pour l'exploitation du produit, les acteurs de ce marché n'ajoutent qu'un produit d'assurance supplémentaire à leur gamme

Les Moyens techniques sont déjà existants, les plateformes, les sociétés d'assistance et les sociétés de dépannage...ainsi que les garages agréés avec qui, ils travaillent déjà...

Ce surcroit d'activité, entrainera un surcroit de traitement de nouveaux sinistres, Mais également un Chiffre d'Affaire supplémentaire à forte valeur ajoutée...

CONCLUSION

Objectif a moyen terme :

La déclinaison de cette assurance à d'autres familles de véhicules (motos, scooters, camions, autobus, avions, vélos.....)

Objectif a long terme :

Exporter cette innovation Franco Française...inexistante dans le Monde

Vous venez de recevoir un nouveau commentaire sur la photo [lancement de l'assurance crevaison-pneumatique®](#). (paru le 20/02/2009 journal de l'automobile) de la part de christine.

Bonjour,

je suis tombé sur votre site par l'info d'un ami ; pour avoir déjà crevé, j'adhère complètement à votre offre. Mais chez quel assureur puis-je la trouver ??

Merci d'avance.

Une automobiliste qui a déjà du payer de sa poche la réparation de sa roue.



MR BRAZI Stéphane
2, Place de la croix du jubilé
95180 MENUCCOURT

N° National : 00 3 072 678

Dépôt du : 22 DECEMBRE 2000
à : INPI PARIS

MR BRAZI Stéphane, 2, Place de la croix du jubilé, 95180
MENUCCOURT.

Mandataire ou destinataire de la correspondance :
MR BRAZI Stéphane, 2, Place de la croix du jubilé, 95180
MENUCCOURT.

**ASSURANCE CREVAISON-PNEUMATIQUE
INSURANCE PUNCTURE - TYRE
SEGURO PINCHAZO-NEUMÁTICO**

Produits ou services désignés : Publicité ; gestion des affaires
commerciales, administration commerciale ; travaux de bureau. Conseils,
informations ou renseignements d'affaires. Bureaux de placements.
Gestion de fichiers informatiques. Comptabilité. Assurances ; affaires
financières affaires monétaires ; affaires immobilières. Caisse de
prévoyances. Constructions ; réparations ; services d'installations.
Recrapage ou vulcanisation de pneus.

Classes de produits ou services : 35, 36, 37.

STÉPHANE BRAZI

✉ 87 rue des Trois Frères Béjard
33500 Libourne
☎ 06 86 00 65 36
✉ stephanebrazi@orange.fr

DOMAINES DE COMPÉTENCES

RELATIONS PUBLIQUES

Création d'un réseau relationnel avec les Ministères, Préfectures, Collectivités Territoriales, Associations
Recherche de sponsors, mécènes et partenaires auprès de Sociétés, Fondations et Institutions
Organisation de manifestations, d'événements médiatiques et de conférences de Presse
Conception de supports de communication et de presse
Mise en œuvre d'actions de communication
Organisation et gestion des activités matérielles, administratives et budgétaires des actions de communication

COMPTABILITÉ-GESTION

Comptabilité Générale (Clients, Fournisseurs, TVA, Paie, Charges Sociales, DADS) avant Bilan
Gestion et analyse financière (bilan compte de résultats, solde intermédiaires de gestion tableaux de bords)
Comptabilité approfondie (fusions, absorption, augmentation et réduction de capital)
Etudes de marché, organisation de l'entreprise
Contrôle de gestion

JURIDIQUE

Droits des Sociétés, fiscal, du crédit, social, des procédures collectives, droit pénal et pénal des affaires
Gestion des relances et litiges avec contentieux

MANAGEMENT

Coordination de tous les comités locaux « Stop la violence ».
Montage, conduite et suivi de projet nationaux.

IMMOBILIER

Promotion immobilière, marchand de biens, négociations, locations, syndic, urbanisme-cadastre...

FORMATION

1999	Training pour l'Association Stop la Violence avec Jean Charles ELLEB
1998	Diplôme d'Etudes Comptables et Financières – Gironde Sur Dropt
1992	BTS Comptabilité Gestion en contrat de qualification - Paris
1991	Deug de Droit (1 ^{ère} année) – Epinay sur Seine
1990	Baccalauréat G2 (Comptabilité Gestion) - Sarcelles

ENGAGEMENTS ASSOCIATIFS

2006 -2007	RESPONSABLE DU COMITÉ Sponsor, relations publiques et presse des Bleus de St Ferdinand
2001 à ce jour	VICE PRÉSIDENT de l'Association Urban Ball (www.urbanball.com)
1998 – 1999	FONDATEUR ET COORDINATEUR NATIONAL de l'Association STOP LA VIOLENCE