



DECRYPTAGE

Entretien avec Marc Monti, DG, MOA :

« Les distributeurs doivent bénéficier d'un véritable outil de middle-office en matière de produits multi supports. »

PAGE 4

L'essentiel de la semaine

Stratégie - page 7

Gras Savoye : une enquête pour mieux cerner la gestion de risques dans l'agro-alimentaire

Distribution - page 13

L'AMF et l'ACP alertent sur les offres d'aide à la décision d'investissement sur Internet

Stratégie - page 8

Swiss Life France : légère baisse du chiffre d'affaires

Conjoncture - page 15

HSBC dévoile les résultats de son étude sur l'avenir des retraites

Systèmes d'information - page 11

SimCorp dévoile la dernière version de son offre

Conjoncture - page 17

Le livret A confirme son succès en 2013

1

L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

Gras Savoye : une enquête pour mieux cerner la gestion de risques dans l'agro-alimentaire

Le courtier français a conduit une étude auprès des entreprises du secteur agroalimentaire en France, de toutes tailles.

(Lire page 7)

Swiss Life France : légère baisse du chiffre d'affaires

Sur un marché de l'assurance confronté à un environnement économique et financier hésitant, l'assureur s'en sort plutôt bien avec une très légère baisse du chiffre d'affaires.

(Lire page 8)

SimCorp dévoile la dernière version de son offre

L'éditeur vient de déployer SimCorp Dimension 5.3, dernière version en date de son progiciel de gestion de fortunes.

(Lire page 11)

L'AMF et l'ACP alertent sur les offres d'aide à la décision d'investissement sur Internet

Un récent communiqué conjoint de l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP) et de l'Autorité des marchés financiers (AMF) alerte le public sur les offres de sites Internet d'aide à la décision d'investissement.

(Lire page 13)

HSBC dévoile les résultats de son étude sur l'avenir des retraites

L'étude de ce groupe bancaire sur le thème « l'avenir des retraites, une nouvelle réalité » a été dévoilée. L'objectif de cette enquête est de cerner les répercussions de l'allongement de l'espérance de vie sur le comportement des individus vis-à-vis de la retraite et la manière dont ils l'abordent.

(Lire page 15)

Le livret A confirme son succès en 2013

Dans un contexte de l'année 2012 marqué par une instabilité des marchés et une forte décollecte de l'assurance vie, le Livret A a enregistré des performances exceptionnelles. Le désormais placement préféré des Français a atteint des plafonds inédits depuis son lancement.

(Lire page 17)

SOMMAIRE

DÉCRYPTAGE

| Systèmes d'information | page 4

Entretien avec Marc Monti, DG, MOA :
« Les distributeurs doivent bénéficier d'un véritable outil de middle-office en matière de produits multi supports. »



2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

- 2.1 Accords de partenariats** 7
Gras Savoye : une enquête pour mieux cerner la gestion de risques dans l'agro-alimentaire.. 7
- 2.2 Résultats des sociétés** 8
Swiss Life France : légère baisse du chiffre d'affaires 8

3 MARKETING

- 3.1 Communication**..... 9
La MSA fait campagne pour ses sites Web..... 9

4 SYSTEMES D'INFORMATION

- 4.1 Internet / Multimédia**.....10
2012 ou l'année de l'Internet multi-écrans, selon Médiamétrie 10
Facebook interdit aux centaines ? 11
- 4.2 Logiciels & applications**.....11
SimCorp dévoile la dernière version de son offre 11

5 DISTRIBUTION

- 5.1 Nouveaux compétiteurs**.....13
L'AMF et l'ACP alertent sur les offres d'aide à la décision d'investissement sur Internet..... 13

6 CONJONCTURE ECONOMIQUE ET SOCIALE

- 6.1 Actualité sociale**14
1 040 € en moyenne pour une pension de retraite du régime général 14
- 6.2 Épargne / Retraite / Prévoyance**15
HSBC dévoile les résultats de son étude sur l'avenir des retraites 15
Le livret A confirme son succès en 2013 17
« Exit Tax » : moins de candidats au départ..... 17

7 NOMINATIONS

- 7.1 Nominations**18
Actuaris : JACQUES NOZACH intègre le pole d'expertise dédié à l'économie sociale 18

DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

Entretien avec Marc Monti, DG, MOA

« Les distributeurs doivent bénéficier d'un véritable outil de middle-office en matière de produits multi supports. »



Fin connaisseur de l'assurance dont il a fait sa profession depuis les années quatre-vingts, Marc Monti est au fait des besoins de la profession en termes d'outils informatiques. Cela est particulièrement vrai pour les distributeurs, acteurs qu'ils côtoient en permanence. Malgré la généralisation d'Internet, les courtiers et les Conseillers en gestion de patrimoine indépendants (CGPI) « manquent de systèmes d'information leur permettant de mieux gérer leurs actions commerciales sur le terrain », dénonce-t-il. Et d'ajouter : « les Extranets déployés par les compagnies d'assurances devront aller plus loin en termes d'information fournies aux clients et surtout à leurs conseillers. En général, ces infrastructures se limitent à la présentation de l'encours. Il faut faire plus et mieux ». A cette fin, il a développé la solution M.O.A.

Zoom sur le contexte de lancement de cette innovation, ses fonctionnalités et son modèle économique.

PROPOS RECUEILLIS PAR EMMANUEL MAYEGA

CAPA Hebdo : Vous avez créé le logiciel Middle-Office Assurance (MOA), il y a un an. Il s'adresse aux intermédiaires de l'assurance et à toutes les familles de la profession (compagnies, institutions de prévoyance, mutuelles, etc.). Pourquoi vous êtes-vous lancé dans une telle entreprise alors que l'offre du marché en systèmes d'information est pour le moins mature dans son ensemble ?

Marc Monti : Le marché des logiciels et des progiciels de gestion en Assurance Vie est certes mature en termes de back-office mais, très souvent, cette gestion repose sur de gros systèmes. De fait, certaines compagnies n'ont pas encore pris le virage Internet qui permet d'améliorer à la fois la réactivité, la convivialité et surtout, tant pour les compagnies que pour les distributeurs, la productivité. Avec la généralisation d'Internet, la couche "front-office" est de plus en plus développée mais rares sont les compagnies qui ont mis en place un service Internet qui soit à la fois un outil commercial pour les réseaux et un outil de gestion pour elles-mêmes. Le Middle-office, pourtant indispensable à une bonne communication en "front" et à une bonne gestion en "back", est encore peu développé. Cette évolution est de toutes les façons inéluctable. Un bon back-office per-

met à la fois d'améliorer l'information, d'augmenter la réactivité des intervenants, de diminuer les charges mais également de sécuriser les données et les informations fournies. Le rôle du back office est aussi de valider et de contrôler les informations qui lui sont fournies. Ce n'est pas une simple courroie de transmission.

C. H. : Comment caractérisez-vous votre offre ?

M. M. : Il s'agit d'un logiciel permettant aux sociétés d'assurances (SA, Mutuelles, Institutions de Prévoyance) de commercialiser des contrats multisupports à travers des réseaux de commerciaux en s'appuyant sur Internet et non plus sur des échanges "papier". En fait, cet outil est un sas qui enregistre toutes les données, qu'elles proviennent des clients ou de leurs conseillers à destination des compagnies ou, à l'inverse, émises par la compagnie à destination des conseillers. Il s'appuie pour cela sur les technologies conformes à l'état de l'art, en l'occurrence Internet ce qui facilite son intégration dans les différents environnements existants et sa communication avec les autres composants du système d'information déployés dans une structure d'assurance.

C. H. : Quels sont les modules de cet outil et leurs fonctions ?

M. M. : La solution MOA propose différents outils permettant de couvrir les besoins de chacun des maillons de la chaîne que sont les clients, leurs conseillers et la Compagnie. M.O.A permet la saisie des souscriptions et des opérations en ligne par les conseillers ou par les clients selon la volonté de la compagnie. L'assureur, après avoir paramétré le produit commercialisé, ses règles internes (en matière de respect des règles Tracfin par exemple) ainsi que les délégations de gestion aux prescripteurs et les habilitations en interne, n'aura plus par la suite pour gérer les contrats qu'à effectuer quelques clics pour valider les opérations par ailleurs saisies. Tous les contrôles, contractuels et règlementaires, sont effectués en ligne. A l'heure où le digital se généralise, la dématérialisation de cette phase permet aux réseaux d'être plus réactifs et d'échanger plus facilement et plus rapidement avec la compagnie. Outre les gains réalisés en termes de qualité de l'information, les gains de productivité sont à tous les niveaux, productivité commerciale pour les prescripteurs, productivité administrative pour la compagnie.

Par ailleurs, M.O.A. a un rôle important à jouer dans le cadre de contrats en run-off. Il permet là encore d'augmenter la marge nette des contrats et d'améliorer l'image de la compagnie tant auprès des conseillers que de leurs clients.

C. H. : Pour percer sur un marché de l'assurance déjà émaillé de multiples outils, MOA doit se distinguer par des atouts fonctionnels singuliers. Quels sont-ils, à votre avis ?

M. M. : L'une des forces de cet outil est de répondre exactement aux attentes du marché et des utilisateurs. Selon que ce dernier est client, prescripteur ou compagnie, il bénéficie de nombreux avantages par l'exploitation de ce nouveau logiciel. Toutes les informations transitent par le site, vous imaginez le potentiel d'informations et de contrôles que cela permet ?

Ainsi, l'assuré bénéficie de nombreux services en temps réel : niveau des encours, historique des mouvements, passage des ordres directement par lui-même ou par son conseiller, rapidité d'exécution des opérations, etc. Il n'y a plus ni délai d'envoi ni délai de saisie par la compagnie. Une opération commandée un jour peut dès le lendemain être validée par la compagnie. Tout se passe comme si la saisie avait été effectuée par l'assureur durant la nuit. Les

conseillers disposent bien sûr de toutes les informations mises à disposition de leurs clients et de bien plus. Internet n'a pas, en l'occurrence, pour objet de remplacer le Conseiller mais de lui fournir les informations dont il a besoin pour suivre sa clientèle au mieux, au plus près et en temps réel.

C. H. : Qu'en est-il du côté du porteur du risque ?

M. M. : Il faut distinguer ici deux aspects. Sous l'angle commercial, cet outil génère une augmentation de la collecte (notamment en UC) et facilite un développement auprès de nouveaux partenaires. Par ailleurs, compte tenu des évolutions structurelles qui se dessinent pour la profession, les compagnies Vie, comme d'ailleurs les réseaux commerciaux, vont faire évoluer leur offre vers d'autres produits tels que la Prévoyance. M.O.A., implanté dans des cabinets et consulté plusieurs fois par jour, permet à la compagnie de proposer et de promouvoir d'autres types de produits qui seront recherchés par les prescripteurs pour compenser une baisse de leur chiffre d'affaires en contrats de placement. En cela, le logiciel a également une dimension stratégique. Enfin, MOA permet également d'apporter une réponse aux attentes des commerciaux en termes de réactivité de la compagnie et de capacité d'effectuer en ligne certaines opérations pour compte de leurs clients.

Considéré sous l'angle de gestion, MOA permet une nette réduction des charges administratives, la suppression des travaux de saisie et des erreurs qui en découlent, une sécurisation quant au respect des règles internes à la compagnie (Tracfin par exemple). Le vrai "plus" pour la compagnie reste, je crois, les gains de productivité.

Il faut souligner que ce logiciel, au-delà des compagnies d'assurances, peut intéresser des sociétés qui gèrent pour compte de tiers. Toute structure ayant en charge la gestion administrative de contrats multi supports trouvera un avantage déterminant à utiliser M.O.A.

C. H. : Quels sont les apports de MOA au prescripteur ?

M. M. : Côté commercial, le CGPI par exemple, accède facilement aux données de ses clients et bénéficie d'un meilleur suivi de l'activité de son cabinet et de celle de chacun de ses collaborateurs. Il a bien évidemment une connaissance complète de l'historique de chaque contrat,

peut passer les opérations pour le compte de son client et peut suivre, en temps réel, le traitement des opérations réalisé par la compagnie.

En termes de gestion, il gagne ainsi un temps considérable dans ses procédures administratives, il est certain de respecter la réglementation (Tracfin) et les pratiques de la Compagnie d'assurance. Il accède aux informations (sur les clients et leurs contrats) disponibles en temps réel.

C. H. : Quel est le modèle économique retenu pour commercialiser MOA ?

M. M. : L'objectif est sain et ne saurait viser à rendre la compagnie prisonnière d'une société

extérieure. Comme je l'ai dit, M.O.A. a aussi une dimension stratégique et il n'est donc pas question de s'immiscer dans les évolutions qui pourraient être apportées au logiciel par la compagnie. L'objectif est clairement qu'après une période de transfert de connaissances, de mise en place d'un "sur-mesure" (chaque compagnie ayant sa propre terminologie) et d'aide à l'installation de M.O.A., l'acquéreur s'approprie réellement le logiciel. Encore une fois, l'utilisation d'un logiciel tel que M.O.A., dans son concept, c'est à dire apportant le même type de services aux apporteurs et à la compagnie, paraît inéluctable. Pour cela, après cette période de mise en route, les sources sont cédées avec le logiciel.

2

STRATÉGIE & ACTUALITÉ

2.1 Accords de partenariats

Gras Savoye : une enquête pour mieux cerner la gestion de risques dans l'agro-alimentaire

Le courtier français a conduit une étude auprès des entreprises du secteur agroalimentaire en France, de toutes tailles. Réalisée dans le cadre de son partenariat avec l'ANIA (Association Nationale des Industries Alimentaires), cette enquête conduite à l'automne 2012 a permis d'identifier les besoins de ces acteurs en termes de gestion des risques, ce qui permet de leur proposer des solutions pertinentes et adaptées à leurs attentes.

Les résultats de cette étude ont mis en exergue différentes réalités : les pratiques de ces acteurs en matière de gestion de risques, la perception qu'ils ont des risques relatifs à leur secteur, les principaux sujets sur lesquels ils ressentent le besoin d'être accompagnés. En général, 51 % de ces acteurs reconnaissent ne pas être préparés à gérer une crise sanitaire alors qu'il s'agit du risque auquel ils estiment être le plus exposés. 44 % parmi eux considèrent être très exposés aux risques de dommage aux biens et pertes d'exploitation, notamment aux incendies pouvant entraîner la destruction de leur site, voire l'arrêt des chaînes de production (goulots d'étranglement).

Par ailleurs, 28 % des entreprises estiment avoir un capital humain exposé. Ils ont des statistiques AT-MP (accident de travail -maladie professionnelle, ndlr) au-dessus de la moyenne nationale : plus de 65 % des décès intervenant lors d'accidents de la route, et la faute inexcusable, risque en constante évolution, dont la responsabilité est de plus en plus fréquemment transférée vers les entreprises. D'autre part, le risque financier devient un enjeu stratégique, avec une hausse de 6,8 % des défaillances d'entreprises dans le secteur, avec à la clé des conséquences possibles sur une perte potentielle du chiffre d'affaires. En outre, 63 % des entreprises interrogées ont effectué un diagnostic de risques entre 2011 et 2012. Il s'agit d'une démarche de plus en plus fréquente, tout particulièrement pour les petites et moyennes en-

treprises (75 %). Ces dernières doivent mettre en place une politique en matière de gestion des risques pour répondre aux exigences réglementaires. Selon cette enquête, les entreprises interrogées ne considèrent pas être exposées au risque de Supply chain ; pour autant, ce sujet quand même à leur yeux un sujet de préoccupation. Il s'avère que l'approvisionnement croissant auprès de fournisseurs multiples mène à des chaînes logistiques de plus en plus complexes et rendent difficile tant la traçabilité que le contrôle de la qualité des produits. L'enquête menée par le courtier et l'Ania vient souligner le dynamisme de leur partenariat tissé en 2011.

La vocation de cette synergie est de favoriser la connaissance et le partage d'informations dans le domaine de la gestion des risques, auprès des industriels du secteur agro-alimentaire. Ce partenariat répond aux besoins et attentes des adhérents sur des thématiques sélectionnées. Et permet de développer la culture du risque associé à l'assurance. Pour mémoire, le partenaire de Gras Savoye regroupe 22 fédérations nationales sectorielles et 18 associations régionales des industries alimentaires. Elle représente plus de 10 000 entreprises alimentaires de toutes tailles et de tous secteurs.

2.2 Résultats des sociétés

Swiss Life France : légère baisse du chiffre d'affaires

Sur un marché de l'assurance confronté à un environnement économique et financier hésitant, l'assureur s'en sort plutôt bien avec une très légère baisse du chiffre d'affaires. Ce dernier est passé de 3 547 millions d'euros en 2011 à 3 533 millions d'euros en 2012. En revanche, le résultat opérationnel s'est fortement amélioré passant de 100 millions d'euros en 2011 à 131 millions d'euros l'an dernier.

Sur un marché de l'assurance qui aura reculé de 4 %, Swiss Life a enregistré une légère baisse de son chiffre d'affaires. En revanche, son résultat opérationnel a connu une embellie remarquable de plus de 30 %.

Selon le groupe, une telle performance par rapport au marché est tirée par l'assurance vie dont le volume de primes est en faible retrait de (-2 %) soit 1 841 millions d'euros dans un marché qui affiche un recul de 8 %. Quant à la collecte nette, elle est restée positive (382 millions d'euros) et orientée en unités de compte quand le marché est en forte décollecte ; la part des primes en unités de compte dans le chiffre d'affaires reste deux fois supérieure à celle du marché (28 % contre 13 %). Quid de la santé/prévoyance et du dommage sur un marché fortement concurrentiel ?

Ces branches ont progressé respectivement de 2 et 4 % pour un chiffre d'affaires de 1 335 millions d'euros en santé prévoyance et 346 millions d'euros en dommages. Fondements de cette résistance, selon l'assureur : le modèle stratégique de Swiss Life adossé à une approche de multidistribution, la diversification des activités et le positionnement haut de gamme. 2012 a également vu l'amélioration de l'efficacité opérationnelle malgré la hausse de l'activité et les investissements réalisés. De leur côté, les ratios d'efficacité s'améliorent dans chacun des métiers : en assurance vie, celui des frais fixes/réserves est passé de 0,68 % en 2011 à 0,67 % en 2012. Du côté de Swiss Life Banque privée, l'année 2012 a également été un bon cru. Elle affiche un résultat positif en dépassement de 5 % par rapport au budget. Sa collecte nette s'est bien comportée, tout particulière-

ment grâce à son offre de produits structurés sur mesure, pour porter les actifs sous gestion à 3,2 milliards d'euros, en augmentation de près de 6 % par rapport à 2011. Quid de la gestion d'actifs ? Les performances des placements (notamment de la poche d'obligations d'entreprise) ont contribué à l'augmentation du résultat opérationnel et au renforcement de la réserve de participation, malgré les mesures de réduction de l'exposition aux actifs risqués (obligations de la zone euro-périphérique et financières).

Swiss Life Asset Management (France) enregistre une collecte nette positive en gestion pour compte de tiers de plus de 604 millions d'euros en 2012. Fin 2012, les encours sous gestion atteignent près de 21 milliards d'euros dont 5 milliards pour compte de tiers. Différentes raisons expliquent cette croissance : une collecte positive auprès des clients institutionnels et particuliers grâce au développement des partenariats avec les plateformes de distribution et l'évolution des ventes dans les réseaux de Swiss Life France.

Du reste, Viveris REIM a réalisé une collecte nette positive de 318 millions d'euros grâce au succès grandissant de l'OPCI Dynapierre et le développement de nouveaux segments tels que les résidences étudiantes, les maisons de soin ou encore l'immobilier de bureau.

3

MARKETING

3.1 Communication

La MSA fait campagne pour ses sites Web

L'assureur dévoile une campagne de communication visant à promouvoir auprès de ses adhérents, particuliers et professionnels, ses nouveaux espaces Internet et son offre de service en ligne. L'ensemble de ces sites propose près de cinquante services en ligne.

«Toute la MSA en ligne». Tel est l'intitulé de la campagne que la MSA vient de lancer pour renforcer le rayonnement de ses sites Internet destinés à ses adhérents particuliers et professionnels. Cette action est déployée dans tous les points d'accueil du groupe en France. Elle sera relayée lors des événements qui émailleront la vie du groupe et sur tous ses sites Internet.

L'objectif affiché est de faire mieux connaître ses espaces Web et d'inciter les adhérents à utiliser les services en ligne mis à leur dispo-

sition. Cette vaste campagne de communication s'appuie sur les points forts des nouveaux sites Internet. Selon l'assureur, il s'agit d'une large place accordée à l'information de proximité avec, dès la page d'accueil, un relais des actualités de la MSA, des informations et des événements locaux ; la navigation est également reconsidérée par profil d'utilisateur (exploitant, particulier, entreprises, partenaires élus MSA...).

Tout comme le contenu centré sur la protection sociale. Au total, près de 50 services en ligne accessible en mode sécurisé après inscription de l'adhérent.

Ainsi, à partir de son espace privé, l'utilisateur peut, par exemple, consulter ses remboursements en temps réel, transmettre sa déclaration

de revenus professionnels, effectuer les démarches nécessaires à la gestion de son entreprise. La refonte de ces espaces permet à la MSA de mieux ex-

exploiter la puissance de l'ère digitale, une ère désormais incontournable pour les acteurs de l'assurance, quelle que soit leur obédience.

VOTRE MSA EN LIGNE



4

SYSTEMES D'INFORMATION

4.1 Internet / Multimédia

2012 ou l'année de l'Internet multi-écrans, selon Médiamétrie

L'an dernier, le réseau des réseaux a atteint une maturité sans précédent, s'ouvrant de plus en plus à de multiples écrans. A la faveur d'une actualité très forte (notamment politique avec les élections présidentielles et sportive avec les JO de Londres), le Web continue de séduire, quel que soit l'écran. C'est en tout cas la conclusion des analyses de Médiamétrie qui fait évoluer la mesure de ce média.

2012. En France, selon Médiamétrie, 3 % d'internautes supplémentaires ont été enregistrés en un an (41,2 millions). Chez les mobinautes, cette expansion est encore plus soutenue : + 24%, soit 23,6 millions et + 138 % d'utilisateurs principaux d'iPad (2,3 millions) ont été dénombrés l'an dernier. Certes, ces progressions sont le fait de l'actualité et des événements forts de l'année 2012 ; toutefois, elles reflètent également la bonne santé de nouveaux usages (la vidéo, les réseaux sociaux ou le e-commerce qui capitalisent sur tous les écrans).

Ce rayonnement est porté par l'essor de l'équipement des Français en Smartphones et tablettes tactiles. Dans cet environnement effervescent, les réseaux sociaux deviennent un des piliers du Net et sont progressivement incontournables ; ils comptent près de 30 millions d'inscrits. En décembre 2012, huit internautes sur dix ont consulté un blog ou un site communautaire ; trois mobinautes sur quatre ont accédé à un site ou une application de cette catégorie et neuf utilisateurs principaux d'iPad

sur dix. Dans ce contexte, Médiamétrie a fait évoluer sa mesure de l'Internet. La toile se caractérise par une fragmentation des usages. Une diversité des pratiques mesurée avec davantage de précision et d'exhaustivité grâce à la mesure hybride lancée en octobre 2012. Cette innovation statistique s'appuie notamment sur la capacité technologique de traiter d'importants volumes de données. Internet se décline également sur tous les écrans : 3 foyers français sur 4 possèdent un ordinateur, près d'un Français sur 2 un Smartphone, et 14 % des foyers une tablette tactile. Médiamétrie mesure déjà ces 3 écrans.

Pour apporter une vision de cette transversalité des écrans, dès le mois de mars 2013, Médiamétrie proposera à ses clients les premiers résultats consolidés de l'audience Internet sur ordinateurs et Smartphones.

Facebook interdit aux centenaires ?

Selon la « Lettre du grand âge », une centenaire aurait été confrontée à l'impossibilité de s'inscrire sur le réseau social Facebook, du fait de son âge supérieur à 100 ans. Fracture numérique ?

Les réseaux sociaux seraient-ils réservés aux moins de 100 ans ? La réponse est positive, si l'on en croit l'information relayée par la Lettre du grand âge. Selon cette dernière, une personne âgée de plus de 100 ans n'aurait pas pu s'inscrire sur ce support, du fait de son âge plus que centenaire. Confrontée à cette fin de non recevoir, l'intéressée aurait contacté les équipes de Facebook et attend toujours une suite à sa demande. Après vérification de notre part, le processus d'enregistrement de ce réseau prévoit effectivement l'instruction d'un formulaire assorti d'une case dédiée à l'âge du futur adhérent.

Le hic est que l'espace dédié aux années n'est pas libre et ouvert. Il va de 1905 à 2013, le postulant devant choisir son année. Mieux vaut être nouveau-né pour s'y inscrire ou plutôt pouvoir être inscrit par ses relatifs. Né en 1904 et avant, circulez, Facebook n'est pas pour vous. Vous n'y avez rien à voir. Au-delà de ce constat, quelle est l'importance pour Facebook de maîtriser la date de naissance de ses adhérents ? L'éditeur ne s'en cache et l'explique clairement sur son site : il s'agit d'en tenir compte afin de

pousser le contenu le mieux adapté à chaque membre. Etre vieux et jeune dans la tête ne sied pas (encore ?) au modèle marketing de ce réseau social. Quand on voit à quel rythme les aînés se maintiennent en vie et en bonne santé, la pieuvre de Mark Zuckerberg a tout intérêt à très rapidement reconsidérer son approche en la matière d'autant qu'une grand-mère peut facilement échanger avec ses petits enfants à travers ce réseau qui risque de ne plus être social du fait d'un tel frein.

En attendant, cette anecdote remet au goût du jour la fameuse fracture numérique entre jeunes et moins jeunes. Et (re)pose, sous l'angle éthique au moins, la désormais permanente interrogation de l'exploitation des données personnelles. L'âge d'une personne est-il réellement nécessaire pour s'inscrire à un réseau social ?

4.3 Logiciels & applications

SimCorp dévoile la dernière version de son offre

L'éditeur vient de déployer SimCorp Dimension 5.3, dernière version en date de son progiciel de gestion de fortunes. Principales nouveautés au programme : des modèles de stress tests inversés permettant une meilleure gestion des risques ; la gestion des garanties avec la substitution de garanties qui améliore les prévisions et le contrôle ; le management de la conformité avec les hiérarchies multiples.

Afin de tenir compte des conséquences des dernières crises financières et de l'importance toujours croissante de la gestion de risques, SimCorp vient d'intégrer de nouvelles fonctionnalités dans la dernière version en date de sa solution SimCorp à savoir la 5.3. Au menu, une fonction de stress test inversé.

Sa vocation : aider les gestionnaires de fortunes à mieux gérer les risques et la conformité réglementaire. Elle s'appuie sur des scénarios de perte efficaces et sur des tableaux et graphiques intuitifs. Plus généralement, SimCorp Dimension version 5.3 renforce les fonctionnalités de back-office de ses clients. Elle automatise les processus manuels fastidieux qui mobilisent de nombreuses ressources humaines.

En complément, des modules inédits et plusieurs améliorations permettent aux sociétés de gestion d'optimiser leurs processus tout en respectant les normes du secteur et en réduisant les coûts ainsi que les risques opérationnels associés aux workflows manuels. Un exemple, pour les règlements, le nouveau processus simplifié de substitution de garantie permet de réduire les déficits de garantie et de gagner du temps.

Il permet de prévoir les événements pour les garanties en attente d'accord et, partant, de mieux contrôler le processus de substitution de garantie. Par ailleurs, SimCorp v.5.3 introduit

également des fonctionnalités innovantes pour le front-office. Grâce aux « hiérarchies multiples », les entreprises utilisatrices ont la possibilité de mettre en place des protocoles de sécurité fiables à l'échelle de la fonction conformité, ce qui améliore considérablement les mécanismes d'autorisation. En outre, les autres améliorations apportées au gestionnaire de conformité facilitent son utilisation et apportent un gain de productivité. Selon Klaus Holse, PDG de SimCorp, « SimCorp Dimension version 5.3 apporte encore plus de valeur à nos clients avec entre autres toute une série d'améliorations sur le plan de la facilité d'utilisation et de nouvelles fonctionnalités pour la conformité réglementaire.

Nous sommes le seul acteur du marché à continuer à investir plus de 22 % de notre chiffre d'affaires annuel dans un même produit, SimCorp Dimension. C'est là le témoignage de notre volonté constante d'offrir à nos clients les

solutions dont ils ont besoin pour générer de l'alpha et faire mieux que leurs concurrents. ». Le lancement de SimCorp Dimension version 5.3 s'inscrit dans le calendrier de lancement semestriel de SimCorp. En complément, depuis septembre 2012, l'éditeur propose un nouveau modèle de licence et de maintenance de ses logiciels, l'objectif étant de répondre davantage aux attentes de ses clients qui recherchent toujours plus de simplicité et de valeur.

Ce nouveau modèle simplifie l'octroi de licences en adoptant des règles fondées sur le rôle de l'utilisateur. Prochaine livraison d'une nouvelle version de SimCorp Dimension : août 2013. En France, la société bénéficie déjà d'un référencement significatif. Il est notamment présent au sein du premier assureur de personnes français, en l'occurrence CNP Assurances.

5

DISTRIBUTION

5.1 Nouveaux compétiteurs

L'AMF et l'ACP alertent sur les offres d'aide à la décision d'investissement sur Internet

Un récent communiqué conjoint de l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP) et de l'Autorité des marchés financiers (AMF) alerte le public sur les offres de sites Internet d'aide à la décision d'investissement. En forte augmentation, ces plates-formes doivent obtenir un agrément pour avoir pignon sur rue.

Ces derniers temps, l'AMF et l'ACP ont constaté une augmentation du nombre de sites Internet qui proposent leurs prestations de conseil aux investisseurs et leur assistance dans les décisions d'investissement. Parfois même, ils suggèrent de prendre des décisions au nom de leurs mandants en leur promettant des plus-values significatives.

Par ailleurs, des campagnes publicitaires se multiplient, qui proposent aux utilisateurs de leur envoyer des informations régulières sur l'évolution de certaines valeurs et de les guider. Mise en garde de L'ACP et l'AMF : la gestion de portefeuilles pour compte de tiers, la

réception et transmission d'ordres pour compte de tiers et le conseil en investissement sont susceptibles de constituer un service d'investissement pour lequel il faut disposer d'un agrément en tant que prestataire de services d'investissement.

Avant de recourir à ces prestataires, les clients potentiels doivent donc s'assurer qu'ils disposent du statut requis à cet effet en France sous peine de ne pouvoir procéder à aucune réclamation en cas de problème.

6

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

6.1 Actualité sociale

1 040 € en moyenne pour une pension de retraite du régime général

Selon un premier bilan chiffré de la Caisse nationale d'Assurance vieillesse (CNAV), pour une carrière complète, un retraité devrait avoir droit à une pension moyenne de 1 040 euros versée au titre du régime général en 2012. Cela correspond à 1 106 € pour un homme et 957 € pour une femme.

Hors retraites complémentaires et avant les prélèvements sociaux, le montant moyen brut des pensions est de 665 euros pour les retraités de droit direct (hors pensions de réversion, etc.), soit 727 euros pour les hommes et 609 euros pour les femmes. Ce montant s'élève à 289 euros pour les retraités de droits dérivés (pensions de réversion par exemple).

En 2011, ce montant moyen était de 1 015 € et de 993 € en 2010. Qu'en est-il du montant moyen de droits directs, toutes carrières confondues ? Il est seulement de 665 €. Du reste, la CNAV confirme une baisse de 4 % des nouveaux retraités, tendance amorcée en 2011. Cela est dû particulièrement aux mesures de report de l'âge légal. En 2012, 540 875 personnes ont liquidé leurs droits. L'âge moyen au départ de la retraite est désormais de 62,2 ans. Sur le front des évolutions réglementaires, l'actualité est marquée par l'ouverture, le 27 février 2013 sous la houlette du Premier ministre, des débats

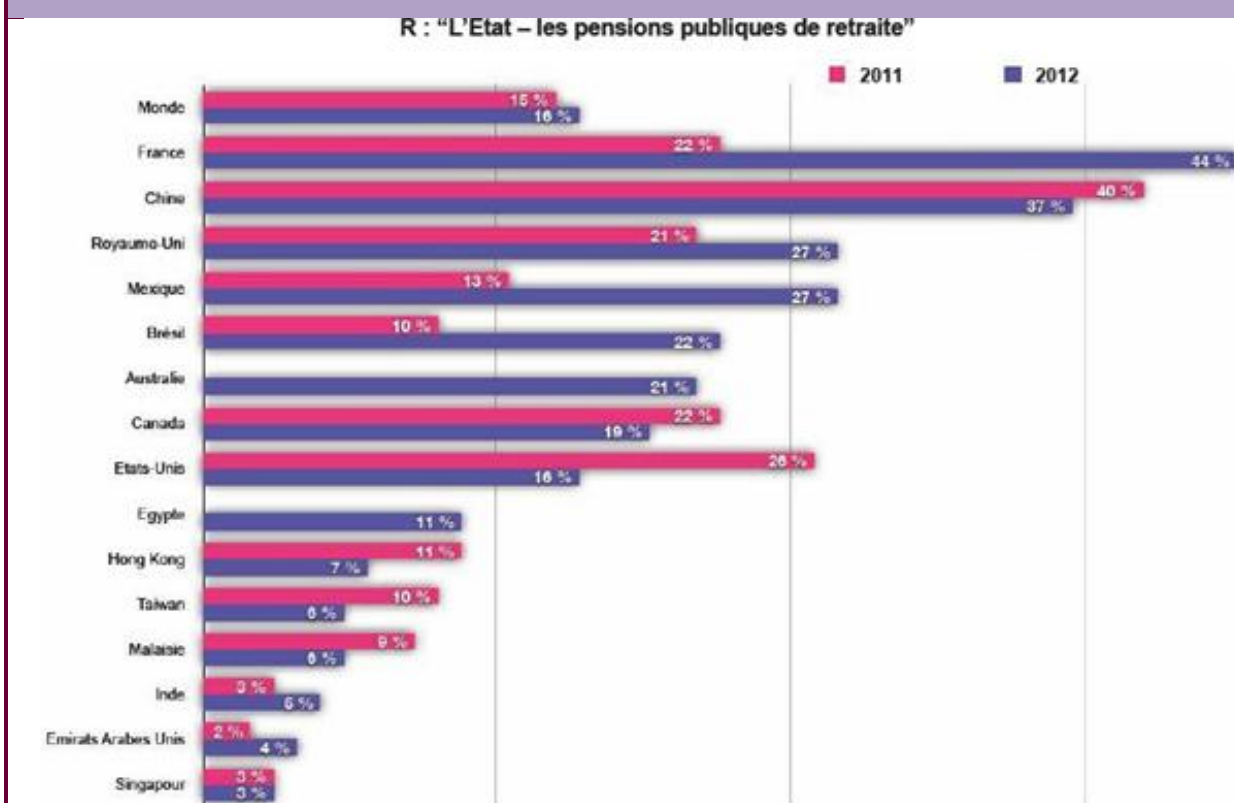
de la Commission pour l'avenir des retraites. Les pistes évoquées devraient permettre de rééquilibrer le financement et de limiter les inégalités. Dans cette perspective, l'âge de départ à la retraite ne semble pas remis en question. Selon les observateurs, la révision des approches de calcul et l'indexation des cotisations devraient, en revanche, être touchées. Les réflexions seront conduites sur la des rapports du Conseil d'orientation des retraites. Cette commission sera présidée par Yannick Moreau, conseillère d'Etat et ancienne présidente du Conseil d'orientation des retraites. Au terme de ce travail, les pistes dégagées seront remises au gouvernement au courant du printemps 2013. Elles feront ensuite l'objet d'une concertation avec les partenaires sociaux.

6.2 Épargne / Retraite / Prévoyance

HSBC dévoile les résultats de son étude sur l'avenir des retraites

L'étude de ce groupe bancaire sur le thème « l'avenir des retraites, une nouvelle réalité » a été dévoilée. L'objectif de cette enquête est de cerner les répercussions de l'allongement de l'espérance de vie sur le comportement des individus vis-à-vis de la retraite et la manière dont ils l'abordent. Cette restitution, huitième du genre, est le fruit d'entretiens réalisés auprès de 15 000 consommateurs dans des pays émergents et matures (France, Royaume-Uni, Allemagne, Etats-Unis, Brésil, Egypte, Inde, etc.). Au total, quinze Etats ont été impliqués à cette étude qui met en évidence une batterie de décalages entre les attentes des consommateurs et les réali-tés.

Q : Laquelle de ces sources de financement contribuera LE PLUS, selon vous, à vos revenus de retraités ?



Source : HSBC

L'enquête a pris pour angle le décalage entre la crainte exprimée par les individus vis-à-vis de difficultés financières futures, et leurs démarches pour y faire face en termes de comportements d'épargne. Premier constat : les Français ont conscience que leur espérance de vie excédera largement celle de leur épargne car en moyenne, il leur restera dix ans à vivre sans épargne. Plus précisément, un consommateur français sur deux considère encore que l'Etat sera sa principale source de revenus à la retraite. C'est deux fois davantage qu'en 2011. « C'est l'indice de confiance le plus élevé dans le monde. Surprenant quand on sait que les Pouvoirs publics, en France comme ail-

eurs, ont de moins en moins les moyens de financer les retraites », observe Jean-Pierre Wiedmer, président de HSBC Assurances. En 2011, ils étaient 22 % à s'en remettre à l'état ; un an après, ils étaient 44 %. Comment expliquer le passage d'un sentiment de pessimisme fort prononcé à davantage d'optimisme ? Dans le premier cas, les Français étaient encore sous le choc de la réforme Fillon ; dans le second, l'effet rassurant des présidentielles et les promesses des candidats ont dû certainement jouer à plein régime », analyse Serge Guérin, sociologue. A contrario, aux Etats-Unis, les consommateurs étaient 26 % à faire confiance à l'Etat en 2011 et seulement 16 % l'an dernier. Quid des efforts des Français en termes d'épargner

retraite ? Ils sont également en décalage avec leurs aspirations. En effet, plus d'un Français sur trois n'épargne pas du tout pour sa retraite ; quand il le fait, il s'y engage plus tardivement (30 ans) que ses alter ego des autres pays (26 ans dans le reste du monde). En moyenne, il aspire à des revenus nettement supérieurs (26 000 €) aux revenus médians actuels des retraités en France. En fait, les Français privilégient des objectifs à court terme car ils sont d'un naturel pessimistes et préfèrent s'armer contre le court-terme, même s'ils sont conscients de la nécessité de se préparer à la retraite. D'autres paradoxes ont été relevés par cette enquête de HSBC. Ainsi, le consommateur français, qui a

conscience que son espérance de vie dépasse de loin celle de son épargne retraite, ne fait rien pour se préparer efficacement à cette échéance. Pire, il préfère épargner pour des vacances (un sur deux) plutôt que pour sa retraite, s'il devait, pendant un an, n'épargner que dans un seul de ces objectifs. En fait, il a un faible niveau d'épargne moyen qui s'établit à 86 euros contre 214 euros dans le reste du monde. Emmanuel Mayega

Le livret A confirme son succès en 2013

Dans un contexte de l'année 2012 marqué par une instabilité des marchés et une forte décollecte de l'assurance vie, le Livret A a enregistré des performances exceptionnelles. Le désormais placement préféré des Français a atteint des plafonds inédits depuis son lancement.

Quand l'avenir de l'assurance vie s'assombrit, celui du Livret A semble s'inscrire en rose. En janvier 2013, la collecte nette de cette épargne réglementée ainsi que celle du livret de développement durable (LDD) représente un montant de 10,91 milliards d'euros (8,2 milliards d'euros pour le seul livret A). En décembre 2012 ces chiffres s'étaient stabilisés à 5,23 milliards d'euros, portant l'encours total sur les deux produits à 353,5 milliards d'euros (+ 3,2 %). Cette tendance à l'embellie devrait se renforcer notamment du fait de la conjonction de plusieurs facteurs : contre-performances de l'assurance vie, relèvement du plafond du Livret A, etc. Cette année 2013 a, de fait, vu le plafond du Livret A à nouveau relevé le 1er

janvier, cette fois à 22 950 euros. Il est à prévoir que beaucoup d'épargnants à hauts revenus essaieront de profiter de cette nouvelle opportunité. En définitive, l'année 2013 devrait encore être un bon cru pour le Livret A. Ce

placement devrait générer des ressources significatives permettant de conduire les politiques de financements publics. Du côté de la FFSA, qui prône une épargne de longue durée destinée à soutenir le financement des entreprises et l'économie de long terme française en général, cette flambée du Livret A ne plaît pas toujours.

Lors de la présentation du bilan de l'année 2012, la Fédération avait rappelé son attachement à l'épargne de long terme. Et souligné le soutien massif de l'assurance aux entreprises françaises : Les assureurs ont investi à concurrence de 42 % en France (470 Md€ dans les entreprises sur les 1053 Mds€ investis dans les entreprises).

« Exit Tax » : moins de candidats au départ

On disait les Français nombreux à vouloir quitter la France afin d'éviter le trop d'impôts dans le sillage de l'avènement de François Hollande. Pour l'heure, seulement 120 départs auraient été enregistrés en 2012.

Le ministère de l'Economie aurait communiqué aux députés le nombre de dossiers traités au titre de l'« Exit Tax » en 2012. Au total, ces derniers étaient au nombre de 120. Ce qui représenterait un volume de plus-values latentes qui dépasserait 2 milliards d'euros. Comparés à ceux publiés au titre de l'année 2011, à savoir 128 départs, ces chiffres montrent qu'il y a eu moins de candidats au départ que ce qui a été

annoncé. Selon Gilles Carrez, député et président de la commission des finances, « il est trop tôt pour tirer des conclusions, l'administration fiscale n'ayant pas encore exploité les dossiers pour donner davantage d'indications sur les profils de ces personnes ».

7

NOMINATIONS

7.1 Nominations

Actuaris : JACQUES NOZACH intègre le pôle d'expertise dédié à l'économie sociale

Poursuivant le renforcement de ses équipes dans le domaine du conseil stratégique, Actuaris vient de recruter JACQUES NOZACH. Il est issu de l'économie sociale et interviendra comme conseil (externe) notamment sur l'offre dédiée à la gouvernance et à l'accompagnement des administrateurs dont les responsabilités s'accroissent.

Précédemment directeur Général du Groupe APRIONIS (2009- 2010), JACQUES NOZACH avait participé à la fondation du Groupe APRI qu'il a dirigé de 1987 à 2009. Il a conduit le rapprochement entre Aprionis, Vauban Humanis et Novalis Taitbout jusqu'à la fusion avec HUMANIS. Il apportera son expérience aux acteurs du secteur du paritarisme et de la mutualité.

Jacques Nozach est diplômé de Sciences Po Paris ; il est également titulaire d'un DESS de droit public et européen.

Groupe Prévoir : Jean-Pierre Decourcelle nommé Directeur Technique

Présent au sein de l'équipe d'actuariat de Prévoir depuis 1988, Jean-Pierre Decourcelle vient d'être nommé directeur technique de ce groupe.

Six ans après son arrivée, il devient manager actuariat en 1994, puis Responsable de l'actuariat en 2001. A ce titre, il manage une équipe d'actuaire, supervise la création et le lancement de nouveaux produits, coordonne l'inventaire technique et le suivi des risques (sinistralité, rentabilité). En 2009, il prend le poste d'attaché de Direction et intervient sur les implantations à l'international et les partenariats, avant de devenir Directeur Technique Adjoint en 2011.

Jean-Pierre Decourcelle est titulaire d'un diplôme d'Etudes d'Assurances de l'Ecole Nationale d'Assurances, (ENAss) et d'un Diplôme d'Etudes Supérieures Economiques (DESE), spécialité actuariat. Il est membre qualifié de l'Institut des Actuaire. Il a en outre été Inspecteur chargé de formation pour le Groupe Prévoir de 1985 à 1988 et professeur d'Assurances de Personnes (BTS) pour le Groupe ENAss-AEA de 1999 à 2001.

CAPA Conseil est une marque d'INSERVIO

Depuis plus de 50 ans, CAPA Conseil, aide les acteurs du secteur financier à appréhender, anticiper les évolutions de marchés et les nouveaux enjeux.

Une expertise reconnue

CAPA Conseil est un partenaire reconnu pour : son analyse indépendante et objective de l'actualité, pour la mise en perspectives des données pertinentes, le repérage des innovations et des évolutions clés de l'assurance et de l'épargne.

Des publications opérationnelles

CAPA Conseil, c'est une production de publications thématiques pour vous aider dans vos prises de décisions stratégiques, accroître votre performance et contribuer au développement de votre innovation.

Six domaines d'intervention : Stratégie, Marketing, Distribution, Système d'information, Conjoncture économique et sociale

Nos clients

De nombreuses sociétés nous font confiance : sociétés d'assurances, Mutuelles Sans Intermédiaires (MSI), Banques, Caisses de Retraite, Institutions de Prévoyance, Cabinets de Conseil...

Dernières publications

Panorama 2012 « Santé-Prévoyance » : L'actualité du marché des assurances santé et prévoyance au cours du 1^{er} semestre 2012

Point de Vue 2012 « Agents Généraux - Compagnies » : Un modèle économique à revoir

Point de Vue 2012 « Prévention et assurance » : Un binôme évolutif

Point de Vue 2012 « Développement Durable » : L'épargne solidaire pose ses jalons

Panorama 2012 « Les aidants familiaux » : Un nouveau marché de niche pour les acteurs de l'assurance ?

CAPA Conseil

33 avenue du Maine - 75015 Paris
Tél : 01 44.10.41.87 - Fax : 01.77.69.54.60

E-mail : capa@capaweb.com - www.capaweb.com

Président et Directeur de la publication :
Nacer MECHRI - n.mechri@capaweb.com

Rédacteur en chef :
Emmanuel MAYEGA - e.mayega@capaweb.com

Contact commercial :
Aurélia Deslandes
adeslance@capaweb.com - 01 44.10.41.87



S'abonner au CAPA Hebdo

Un an (45 numéros) - 269,10 € TTC

Retourner ce document à CAPA Conseil :
33 avenue du Maine 75015 Paris ou le faxer au 01.77.69.54.60

- Règlement par chèque bancaire ci-joint à l'ordre de CAPA Conseil
- Virement bancaire : Société Générale Niort
30003 01520 00025713284 21
- A réception de facture

Nom :Prénom :

Fonction :

Société :

Secteur d'activité :

Email :

Tél :Fax :

Adresse :

.....

Code Postal Ville

Date..... Signature