



## DECRYPTAGE

Reportage :

Rencontre avec Jacques  
Jacques Richier, Président-  
directeur général d'Allianz  
France

PAGE 5

## L'essentiel de la semaine

### Stratégie - page 8

Mercer France annonce un CA 2012 en hausse

### Systèmes d'information - page 13

Hiscox France opte pour la solution Prima Insure

### Marketing - page 10

LesFurets.com : un service de rédaction de lettre de résiliation par courriel

### Conjoncture - page 16

2012 un bon cru pour l'épargne salariale

### Marketing - page 11

XL Group lance un Centre d'Excellence

### Conjoncture - page 17

L'assurance-vie fait de la résistance

# 1

## L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

### **Mercer France annonce un CA 2012 en hausse**

Dans un contexte économique instable, le courtier spécialisé dans le conseil et services en ressources humaines, protection sociale et avantages sociaux, vient de dévoiler son chiffre d'affaires 2012. Un chiffre d'affaires en croissance de 13,05 %.

*(Lire page 8)*

### **LesFurets.com : un service de rédaction de lettre de résiliation par courriel**

Surfant sur la vague de la future loi sur la consommation qui prévoit de permettre aux assurés de mettre plus facilement un terme à leur contrat d'assurance auto, le comparateur vient de lancer un service gratuit et personnalisé de rédaction de lettres de résiliation par courrier électronique d'un contrat d'assurance.

*(Lire page 10)*

### **XL Group lance un Centre d'Excellence**

L'assureur vient de mettre sur pied un centre d'excellence pour ses programmes Internationaux. L'objectif est de s'assurer que ces derniers répondent correctement aux besoins de ses clients. Kevin Strong chapeautera cette structure au titre de Manager Programmes Internationaux.

*(Lire page 11)*

### **Hiscox France opte pour la solution Prima Insure**

L'assureur qui distribue ses produits à travers un réseau de courtiers sélectionnés et permet depuis 2008 aux professionnels du conseil et des services de souscrire directement en ligne leur assurance responsabilité civile professionnelle, vient de sélectionner la plate-forme Prima Insure de l'éditeur Prima Solutions.

*(Lire page 13)*

### **2012 un bon cru pour l'épargne salariale**

Le millésime 2012 de l'épargne salariale affiche une bonne mine. Témoin cette branche aura enregistré une hausse de 11 % pour un encours de 94,6 milliards d'euros l'an dernier. Une hausse largement imputable à la bonne tenue de la Bourse.

*(Lire page 16)*

### **L'assurance-vie fait de la résistance**

L'ancien placement préféré des Français ne tient plus tête au Livret A et au LDD, les deux supports d'épargne défiscalisés. Pourtant, il vient de conclure encore un mois d'avril pour le moins acceptable.

*(Lire page 17)*

# SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Stratégie | page 5

**Rencontre avec Jacques Jacques Richier,  
Président-directeur général d'Allianz France**

« Il est nécessaire de veiller à la liberté de choix de chaque entreprise »



## 2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

<b>2.1 Stratégie</b> .....	<b>7</b>
ACE Crédit : ouverture d'une agence à Toulouse Nord.....	7
Mondial Assistance expérimente la lutte contre les violences aux femmes dans l'Eure.....	7
<b>2.2 Actualités des sociétés</b> .....	<b>8</b>
Maif : ouverture de nouveaux locaux à Metz .....	8
<b>2.3 Résultats des sociétés</b> .....	<b>8</b>
Mercer France annonce un CA 2012 en hausse .....	8
Verspieren : croissance du chiffre d'affaires de 12,4 % .....	9

## 3 MARKETING

<b>3.1 Service client-fidélisation</b> .....	<b>10</b>
LesFurets.com : un service de rédaction de lettre de résiliation par courriel.....	10
XL Group lance un Centre d'Excellence .....	11

## 4 SYSTEMES D'INFORMATION

<b>4.1 Internet / Multimédia</b> .....	<b>12</b>
Les réseaux sociaux deviennent des canaux marketing à part entière.....	12
<b>4.2 Architecture</b> .....	<b>13</b>
Hiscox France opte pour la solution Prima Insure.....	13
<b>4.3 Logiciels &amp; applications</b> .....	<b>14</b>
57% des entreprises ne contrôlèrent pas leurs applications internes .....	14
Solvabilité 2 : La Matmut retient la suite logicielle d'Effisoft.....	15

## 5 CONJONCTURE ECONOMIQUE ET SOCIALE

<b>5.1 Épargne / Retraite / Prévoyance</b> .....	<b>16</b>
2012 un bon cru pour l'épargne salariale.....	16
L'assurance-vie fait de la résistance .....	17

## 6 NOMINATIONS

<b>6.1 Nominations</b> .....	<b>19</b>
Le groupe Verspieren réorganise son directoire .....	19
Patrick Jacquot garde les rênes de la Mutuelle des Motards.....	19
Thierry Daucourt intègre XL Group au titre de Directeur des Opérations (COO) .....	20
XL Group : Kadidja Sinz devient directrice régionale pour l'Europe continentale .....	20

# DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

Rencontre avec Jacques Richier, Président-directeur général d'Allianz France

## « Il est nécessaire de veiller à la liberté de choix de chaque entreprise »



Face aux questions des journalistes de l'Anja, le patron de la filiale française de l'assureur européen Allianz a abordé les principaux thèmes d'actualité de l'assurance française. L'occasion de porter son regard sur l'Accord national interprofessionnel (ANI) du 11 janvier dernier sur la sécurisation de l'emploi. Et de mettre en avant son analyse sur les aspects assurantiels du projet de loi relatif à la consommation et porté par Benoît Hamon. « Il s'agit d'un changement de modèle économique qui tord le cou à la mutualisation dans le temps du risque », a-t-il considéré, à propos de ce chantier. Connaisseur du monde informatique du fait de son passé de Directeur de systèmes d'information, le P-DG d'Allianz France a également abordé le phénomène des Big data et ses impacts majeurs sur la connaissance client.

PROPOS RECUEILLIS PAR EMMANUEL MAYEGA

L'Association nationale des journalistes de l'assurance (ANJA) a reçu Jacques Richier ce mardi 28 mai 2013, dans la cadre de ses rencontres avec les décideurs de la profession. Sa venue était fort attendue pour son point de vue sur les différents sujets de débats qui traversent le secteur. Qu'il s'agisse de l'ANI ou du projet de révision des conditions de résiliation des contrats d'assurance auto dans le cadre de la Loi Hamon, le patron d'Allianz France a répondu sans détour (il est volontairement resté flou sur la question de la sortie d'Allianz France du capital d'Oddo), aux questions des rédacteurs présents.

Comme on pouvait le prévoir, le thème de l'ANI est, d'entrée de jeu, venu sur le tapis. On le sait, l'article 1 de cet accord a provoqué, du côté d'un grand nombre d'assureurs, des réactions défavorables. Sur ce thème, Jacques Richier a égratigné en passant la transcription infidèle de l'accord entre partenaires sociaux en projet de loi afin de « satisfaire au mieux les partenaires sociaux n'ayant pas participé au débat ». Il s'est appesanti ensuite sur le fond. Et a démarré de manière consensuelle : « que tous les salariés puissent être couverts me paraît une très juste et noble idée, ce qui prouve, si besoin était encore, que la complémentaire santé est légitime dans notre société. C'est important de le souligner car ce n'est pas toujours une évidence pour tout le monde ». Il poursuit en mettant en avant ses divergences. Et elles sont plurielles. L'article 1 de l'ANI vient

acter par la Loi une clause de désignation qui existait déjà. Derrière cette disposition se confine la problématique du choix d'un opérateur unique pour les entreprises d'une branche. En prime, l'obligation de procéder, dans certains cas, à une migration obligatoire. « Nous souhaitons que le marché puisse s'exprimer et qu'il décide librement de sa stratégie sociale. Après tout, il y a un moment que les branches ne fixent plus les grilles salariales, par exemple », observe le PDG. Et d'ajouter sur ce point : « Au nom de la liberté d'entreprendre, le gouvernement devrait laisser le libre-choix à chaque entreprise, dans le cadre d'un accord de branche, de la stratégie sociale, et donc de celui de ses prestataires ».

### « La réforme de la retraite sera le deuxième round »

Très remonté contre les nouvelles dispositions de l'article 1 de l'ANI, Allianz a décidé de former devant le Conseil d'Etat et la Cour d'Appel de Paris une Question Prioritaire de Constitutionnalité (QPC). La vocation de cette dernière est de mettre en cause la conformité à la Constitution de l'article L. 912-1 du Code de la sécurité sociale (CSS). En clair, il s'agit de contester la validité des clauses dites de « désignation » et de « migration ». Jacques Richier précise qu'« Allianz a pu former cette QPC car nous avons une procédure d'appel en cours conjointement avec CFDT contre la désignation d'une institution de prévoyance pour le régime frais de san-

*té et de prévoyance des cadres de la pharmacie d'officine. »*

Plus généralement, Allianz France estime que les clauses de désignation permettent aux branches professionnelles de contraindre les entreprises à adhérer à un organisme assureur unique, notamment en matière de complémentaire santé. Quant aux clauses de migration, « *elles imposent cette adhésion aux entreprises déjà couvertes même si les conditions de la nouvelle couverture sont moins favorables par rapport à celles dont elles bénéficiaient auparavant. Cela aboutit à un monopole de fait au bénéfice des institutions de prévoyance. Souvenez-vous, ce risque de monopole a déjà été questionné par l'Autorité de la Concurrence dans son avis du 29 mars 2013 qui l'a fortement critiqué. Ce texte réglementaire pose donc problème* ».

Enfin, pour le PDG d'Allianz France, aborder la problématique de l'ANI implique également celle de la surcomplémentaire santé sachant que le panier moyen défini ne correspondra pas aux attentes de tous les salariés. Reste également un pilier important, celui des retraites. « *Ce sera le deuxième round à aborder sérieusement. Selon moi, tout le monde devra contribuer au rééquilibrage du système aujourd'hui mis à mal : les entreprises, les actifs, les retraités, sans oublier les caisses de retraite elles-mêmes* ».

### **« L'application de la Loi Hamon à l'assurance auto ne sera pas un jeu gagnant pour tous »**

Autre nouveauté réglementaire qui dérange, le volet de la Loi Hamon sur la consommation ; elle prévoit l'évolution des conditions de résiliation d'un contrat d'assurance auto. « *Il s'agit d'un véritable changement de Business model qui entraînera une plus forte rotation des assurés. Là où on parlait de mutualisation auparavant, on va désormais jouer la carte de la tarification à l'individu. Ce qui ne va pas dans le sens d'une économie plus solidaire* », observe Jacques Richier. Au-delà de ce coup de patte symbolique, le PDG d'Allianz va plus loin dans son analyse en estimant que « *certains assurés devront forcément payer plus cher que d'autres ; d'autres encore pourront se retrouver sans couverture. La réponse à cette dernière inquiétude sous la forme d'un suivi au plus près de l'ancien assureur me paraît une utopie ; toutefois, nous restons ouverts à toute proposition pouvant éviter un tel travers* ».

Mais au fait, à qui profite ce changement de modèle économique ? Selon le P-DG d'Allianz France, certains comparateurs, acteurs du lob-

bing ayant abouti à ce projet de loi, « *vont certainement emporter la mise. Et derrière eux, ce sera Google le grand gagnant de cette opération, les espaces de comparaisons étant appelés à être référencés sur ce moteur de recherche, un référencement qui coûte cher. A terme, il serait étonnant que le jeu soit à somme nulle pour le budget français qui ne bénéficierait peut-être pas des mêmes retombées fiscales...* ».

Devant l'Anja, le PDG d'Allianz France a également accepté d'aborder la problématique du Cloud computing. « *Pour moi, il s'agit essentiellement d'un thème technique. Des offres existent et nos équipes internes suivent de près les évolutions induites par ce nouveau paradigme. Le vrai enjeu est le Big Data. Car cette nouvelle pratique de l'analyse des données modifie le rapport des assureurs à la connaissance du client. Ils peuvent se différencier plus facilement grâce aux innovations introduites par un meilleur management des volumes de données engrangées à partir de différentes sources* », estime Jacques Richier.

Face à ces nouvelles approches, les différentes entités du groupe évoluent chacune à son rythme. En revanche, la compagnie organise généralement des échanges de partage. Ces derniers permettent aux uns et aux autres de bénéficier des bonnes pratiques adoptées ici et là en son sein.

Dernier point et non des moindres sur le bureau du PDG, l'éventuelle sortie d'Allianz France du capital de la société financière Oddo & Compagnie dont elle détient 20 % du capital. Jacques Richier est resté volontairement évasif sur une éventuelle sortie du tour de table de cet acteur. Si la suite de cette affaire ne devrait pas changer le cours de l'assureur, elle est très importante pour ce groupe de banque d'investissement et de gestion. Selon notre confrère Les Echos, « *fin 2012, Oddo a réalisé un bénéfice net de 50,9 millions d'euros pour 424 millions de fonds propres. La société n'est pas cotée en Bourse mais calcule régulièrement en interne la valeur de ses actions et valoriserait une part de 20 % à 80 millions d'euros environ* ».

Décidé à jouer un rôle de premier plan dans un environnement de l'assurance française marqué par une poussée réglementaire importante, avec en toile de fond la marche ralentie vers Solvabilité II qu'il « *compte adopter le moment venu* », Allianz France a, à travers son premier représentant, montré que le gouvernement français devra compter avec sa pugnacité pour peser sur les décisions prises, à chaque fois que celles-ci iront à l'encontre de son métiers ou de l'intérêt de ses clients.

# 2

## STRATÉGIE & ACTUALITÉ

### 2.1 Stratégie

#### ACE Crédit : ouverture d'une agence à Toulouse Nord

Le courtier en crédit immobilier annonce l'ouverture d'une nouvelle agence à Toulouse, dans le département de la Haute-Garonne (31), en Midi-Pyrénées. Une structure dirigée par Cyril Bertrand et Julien Monfreux. Elle a ouvert ses portes le 28 mai 2013.

Cyril Bertrand bénéficie d'une bonne connaissance réseau ACE Crédit puisqu'il a créé avec succès sa première agence ACE à Montauban en avril 2011. Pour cibler une nouvelle clientèle, et tout particulièrement les actifs travaillant à Toulouse et souhaitant acheter vers Montauban, où les prix restent raisonnables, ce spécialiste ouvre désormais une seconde agence ACE Crédit à Toulouse.

s'associe à Julien Monfreux, un Toulousain qui bénéficie d'une expérience dans le secteur bancaire. Il a notamment occupé la fonction de conseiller en gestion de patrimoine pendant plus de 10 ans, au sein de BNP Paribas et de Barclays.

Afin de se lancer efficacement dans cette nouvelle aventure entrepreneuriale, Cyril Bertrand

#### Mondial Assistance expérimente la lutte contre les violences aux femmes dans l'Eure

La filiale de l'assureur Allianz intervient dans l'expérimentation du dispositif de téléphone portable d'alerte pour les femmes en très grand danger. Cette opération conduite dans le département de l'Eure s'inscrit dans une nouvelle convention de partenariat signée jeudi 23 mai, en présence du Premier ministre, Jean-Marc Ayrault et de Najat Vallaud-Belkacem, Ministre des droits des femmes.

A partir du 1er septembre 2013, le département de l'Eure expérimentera le dispositif de lutte contre les violences faites aux femmes. Ce dernier s'articule autour de 5 téléphones portables d'alerte pour les personnes de sexe féminin en très grand danger. La convention qui instaure ce programme a été signée par Jean-Marc Ayrault, Premier ministre ; Najat Vallaud-Belkacem, ministre des droits des femmes ; Dominique Sorain, Préfet de l'Eure ; Jean-Louis Destans, Président du Conseil général de l'Eure ; Sylvie Rebboh, Présidente du Tribunal de Grande Instance d'Evreux ; Dominique Laurens, Procureure de la République TGI d'Evreux ; Vivek Badrinath, DGA Orange France et Michel Camescasse, directeur général du pôle téléassistance de Mondial Assistance. Lancé dans le cadre d'opérations tests, ce dispositif a déjà prouvé son efficacité dans quatre départements-pilotes depuis 2009 et tout particulièrement en Seine Saint-Denis depuis 3 ans. Il a permis de sauver la vie à plusieurs femmes agressées par leur conjoint ou ex-conjoint. Sa généralisation à

l'ensemble du territoire au 1er janvier 2014 a été annoncée par le Premier ministre. Pilier de ce dispositif, le téléphone portable spécial proposé par Orange est délivrée aux victimes potentielles par le Procureur de la République pour une durée de 6 mois. Il leur permet, en cas de danger, d'avertir à tout moment les services de Mondial Assistance qui traitent alors dans l'immédiat leur situation, alertent les services de police ou de gendarmerie en vue d'une intervention.

Cette solution s'inscrit dans l'offre de télé-assistance de la filiale d'Allianz qui a déjà engrangé un portefeuille de plus de 100.000 bénéficiaires de ses services à travers toute la France. Cette activité bénéficie de trente années d'expérience.

## 2.2 Actualités des sociétés

### Maif : ouverture de nouveaux locaux à Metz

L'Assureur militant ouvrira ses nouveaux locaux à Metz en novembre prochain. Ils hébergent sa délégation dédiée au conseil.

La MAIF installera sa délégation au conseil à Metz, plus précisément au 12 rue Winston Churchill. La recherche de cet espace avait été confiée au cabinet d'affaires PRO COMM/Nenich Immobilier. Opérationnel à partir de fin novembre 2013, ce site accueillera l'équipe de Metz de l'assureur militant dans un espace largement plus convivial. Il s'agit d'un grand local commercial de 190 m<sup>2</sup> en plein cœur de la ville, face à la place de la République. La recherche de ce nouveau site avait été confiée au cabinet PRO COMM de Metz. En moins de trois mois, ce dernier a mené à bien cette opération immobilière, (identification et présentation des locaux,

négociation du contrat de location, etc.). Le cahier des charges émis par l'Assureur était bien précis : trouver des locaux apportant une meilleure accessibilité et un plus grand confort d'accueil pour le public et une adresse à proximité des grandes artères commerçantes piétonnes. Dans un espace de 190 m<sup>2</sup>, le site arbore une large vitrine et s'étend sur deux niveaux de 95 m<sup>2</sup>, un rez-de-chaussée et un plateau en étage

## 2.3 Résultats des sociétés

### Mercer France annonce un CA 2012 en hausse

Dans un contexte économique instable, le courtier spécialisé dans le conseil et services en ressources humaines, protection sociale et avantages sociaux, vient de dévoiler son chiffre d'affaires 2012. Un chiffre d'affaires en croissance de 13,05 %.

Mercer vient d'annoncer ses résultats. Pour l'année 2012, le groupe affiche un chiffre d'affaires de 87,6 millions d'euros en progression de 13,05 %. Selon Denis Stainier, Président de la structure française, « cette progression est le fruit de la mobilisation de tous nos collaborateurs. Ces résultats satisfaisants s'inscrivent dans une logique de croissance soutenue, fondée sur la pluridisciplinarité, l'excellence et la diversité de nos expertises. Les premiers leviers de cette croissance sont la priorité au client et le développement des collaborateurs, la diversité et la complémentarité de nos offres ». Pour expliquer son développement en France, Mercer France met l'accent sur la satisfaction client et l'évolution des équipes ainsi que le déploiement international de son savoir-faire. Ainsi, pour mieux répondre aux attentes de ses assurés et à l'évolution du marché, le courtier a procédé en 2012 à des réorganisations au sein de ses pôles d'expertises. Corollaire, il propose une large gamme de service sur le marché français, dans des domaines RH stratégiques pour les entreprises : frais de santé et prévoyance (conseil, intermédiation et gestion) ; retraite (élaboration et suivi des régimes de retraite, mise en place des dispositifs

d'épargne salariale, évaluation actuarielle des engagements sociaux, gestion financière des actifs) ; talent (conseil, outils, données en matière de capital humain, rémunérations, mobilité internationale, communication et conduite du changement) ; fusions et acquisitions. Autre facteur pouvant expliquer la croissance du chiffre d'affaires de Mercer, la satisfaction client. Le groupe joue notamment la carte de la proximité avec ses différents assurés. Les enquêtes de satisfaction montrent que 91 % des assurés interrogés l'année dernière recommandent le cabinet. Son implication a également convaincu les salariés bénéficiant de la complémentaire santé Mercer, sachant que 89 % d'entre eux sont satisfaits des services de Mercer France, et 92 % se déclarent satisfaits de la gestion des remboursements. Le volume de ces salariés a, du reste, augmenté de 12,8 %.

Enfin, tout au long de l'année 2012, le groupe a réalisé 112 recrutements ce qui a permis à ses effectifs français d'atteindre 625 collaborateurs fin 2012, soit une augmentation de 10 % par rapport à 2011.



## Verspieren : croissance du chiffre d'affaires de 12,4 %

Le courtier vient d'annoncer un taux de progression à deux chiffres de son chiffre d'affaires. Croissance organique et segmentation accrue expliquent partiellement ces bons chiffres.

2012 apparaît comme un bon millésime pour Verspieren. Le courtier a enregistré une progression de son chiffre d'affaires de 12,4 % par rapport à 2011. Il est passé de 258,6 à 290,6 millions d'euros, ce dans un environnement économique difficile. Chez cet intermédiaire ces bons résultats s'expliquent à travers une forte expertise dans tous les secteurs d'activité de l'assurance, une croissance organique portée sur une segmentation accrue et un développement externe ciblé sur des savoir-faire à forte valeur ajoutée ; à cela viennent se greffer d'autres arguments comme l'international et une gestion financière prudente. Dans le détail, l'année 2012 a été marquée par la progression de 9,7 % des segments risques d'entreprises et de 17,1 % des risques de particuliers. La stratégie d'investissements menée fin 2011 a contribué au renforcement de ces segments, notamment par l'acquisition des sociétés Branchet et Collecteam Ingénierie Sociale et la création d'une nouvelle structure en Italie,

Verspieren Italie. À périmètre comparable, le groupe affiche une croissance organique de 4,5 %, la maison-mère enregistrant une progression de son CA de près de 4,7 %. Quant au chiffre d'affaires France, il progresse de plus de 13 % sous l'effet de la croissance externe et organique. L'activité en dehors de la France s'est quant à elle légèrement réduite (-2,6 %), du fait particulièrement de la dégradation de la conjoncture économique espagnole et portugaise. Du reste, l'an dernier a été marqué par la création du réseau « Verspieren International ». Sa vocation : offrir aux clients le même niveau de service à l'étranger qu'en France. Autre structure ayant vu le jour, Verspieren Medical Services, entité regroupant toutes les expertises de Verspieren dans le secteur médical.

# 3

## MARKETING

### 3.1 Service client-fidélisation

#### LesFurets.com : un service de rédaction de lettre de résiliation par courriel

Surfant sur la vague de la future loi sur la consommation qui prévoit de permettre aux assurés de mettre plus facilement un terme à leur contrat d'assurance auto, le comparateur vient de lancer un service gratuit et personnalisé de rédaction de lettres de résiliation par courrier électronique d'un contrat d'assurance.

Le site de comparaison et d'achat d'assurance en ligne vient d'innover en lançant sur son site un outil de rédaction de lettres de résiliation de contrats d'assurance. Il s'agit d'une solution simple et gratuite. Sa vocation première est de faciliter la vie aux consommateurs qui désirent changer de contrat d'assurance. Selon Hamid Benamara, nouveau directeur général de LesFurets.com, « le processus de résiliation d'un contrat d'assurance, bien que défini par la loi, est contraignant en France. Ces contraintes peuvent freiner les personnes qui souhaitent changer d'assurance pour faire des économies ou avoir des contrats plus adaptés à leurs besoins. En lançant un service de rédaction de lettre de résiliation personnalisé, nous voulons avant tout aider les consommateurs dans leur démarche administrative afin qu'ils puissent changer de contrat d'assurance plus librement s'ils le désirent ». En attendant le changement de réglementation en matière de résiliation de contrats d'assurance autos, la loi en vigueur stipule qu'un consommateur peut résilier son contrat d'assurance jusqu'à deux mois avant sa date anniversaire ce, en dehors de cas particuliers (vente, cession, etc.). A cette fin, il doit envoyer, un courrier de résiliation à son assureur. Un envoi effectué par lettre recommandée, avec accusé de réception. « Par ces temps de crise, la dépense assurance est lourde sur les charges d'un foyer. En facilitant la résiliation, LesFurets.com veut aider les consommateurs à se sentir plus libres de comparer les prix, les garanties et les services et faire marcher plus facilement la concurrence pour trouver des offres moins chères et mieux adaptées à leur



Image : LesFurets.com

besoins », commente Hamid Benamara. La solution proposée par le site de comparaison se présente sous la forme d'une lettre de résiliation pré-remplie. Chaque assuré désireux de résilier son contrat d'assurance a la possibilité d'instruire simplement ses coordonnées et celles de son assureur, les références du contrat d'assurance concerné et son adresse email. Ces informations glanées permettent au site LesFurets.com de générer automatiquement une lettre de résiliation personnalisée que le consommateur peut imprimer et envoyer à son assureur, par lettre recommandée. Ce dispositif, qui devrait constituer une prestation fort appréciable pour bon nombre d'assurés confrontés à des difficultés rédactionnelles et/ou à un manque de temps, constitue un outil marketing pour Les furets.com. En faisant venir des assurés sur son espace de comparaison à un moment fort précieux, à savoir celui de la résiliation, il caresse certainement le riche espoir de les inciter à comparer les offres de ses partenaires. Par ailleurs, à travers cette prestation, l'opérateur anticipe l'arrivée de la nouvelle loi qui pourrait se traduire par un taux d'attrition fort élevé sur l'ensemble de la branche auto. Enfin, cette solution le présente comme un acteur proactif sur un marché de la comparaison qui cherche encore sa voix.

## XL Group lance un Centre d'Excellence

L'assureur vient de mettre sur pied un centre d'excellence pour ses programmes Internationaux. L'objectif est de s'assurer que ces derniers répondent correctement aux besoins de ses clients. Kevin Strong chapeautera cette structure au titre de Manager Programmes Internationaux.

Dans la perspective de la croissance du nombre de ses programmes internationaux, XL Group vient de lancer un centre d'excellence dont la vocation est de suivre ses polices ouvertes dans différents continents. Cette structure capitalise sur son large réseau mondial d'assurance et d'expertise. Selon Jason Harris, directeur général de l'unité d'Assurance International P&C (Dommage & Responsabilité Civile dans la région International), « sur les programmes mondiaux que nous menons, environ un tiers a déjà une ou plusieurs polices en Asie et/ou en Amérique latine. Nous estimons que ce nombre va rapidement croître, avec la progression du nombre de grands groupes et de PME cherchant à générer des revenus dans ces nouveaux marchés. Notre Centre d'Excellence pour programmes internationaux va nous aider à mieux assister nos clients et courtiers dans chaque étape, que ce soit pour l'émission de polices, la collecte ou la gestion de sinistres ». Ce nouveau centre sera conduit sous la houlette de Kevin Strong en tant que Manager Programmes Internationaux. Il va diriger une équipe composée de professionnels d'Asie, d'Europe et d'Amérique du Nord. La Task Force constituée travaillera aux côtés d'experts de la division assurance et aura pour objectif de s'assurer que les programmes et services internationaux de XL Group répondent aux besoins évolutifs des clients et des courtiers à travers le monde. A propos de cette innovation organisationnelle, Seraina Maag, directrice générale de l'unité d'Assurance North America P&C, a déclaré : « Avec le Centre d'Excellence pour programmes internationaux, nous franchissons une étape

importante pour consolider notre savoir-faire au sein d'une seule et même équipe mondiale. Cette dernière est mandatée pour faire appliquer les meilleures pratiques et la standardisation, afin de fournir des programmes sur mesure et réglementairement conformes, améliorant ainsi l'excellente qualité de services que nous apportons déjà dans ce domaine. Nous sommes ravis que Kevin Strong rejoigne XL Group en tant que Manager Programme Internationaux. Il apporte au groupe une vaste expertise et un succès prouvé dans le secteur de l'assurance multinationale ». Ce dernier a rejoint XL Group en provenance d'AON Risk Services à New York, où il a élaboré et mis en place des programmes internationaux complexes de gestion du risque, des flux de trésorerie et d'assurance pour les groupes nord-américains et mondiaux. Avant AON, il a travaillé pour Marsh USA où il a coordonné les services mondiaux pour de nombreux clients du classement Fortune 500. Figurant dans le classement «Power Broker» de Risk & Insurance en 2012, il a démarré sa carrière dans l'assurance il y a plus de dix ans chez State Farm Insurance. Enfin, Kevin Strong est diplômé en finance de l'Université du Minnesota. Il est basé à New York sous la direction d'Alfred Bergbauer, responsable des assurances en responsabilité civile pour les entreprises multinationales en Amérique du Nord.

# 4

## SYSTEMES D'INFORMATION

### 4.1 Internet / Multimédia

#### Les réseaux sociaux deviennent des canaux marketing à part entière



Selon une enquête d'ExactTarget les réseaux sociaux sont en passe de gagner leurs lettres de noblesse en Europe où la diversité des usages en la matière est fort marquée selon les pays.

Les résultats de cette enquête tendent à démontrer que Facebook et autre Twitter font progressivement leur irruption sur le bureau virtuel des responsables marketing des entreprises qui les utilisent pour animer leur interaction client, si l'on en croit les enseignements de l'enquête publiée par ExactTarget dans le cadre de la série d'études « Abonnés, Fans & Suiveurs » (SFF, Subscribers, Fans & Followers). Cette enquête souligne également les différences comportementales entre les consommateurs français et leurs homologues anglais, allemands, brésiliens et australiens. Résultats, si les réseaux sociaux ne sont pas encore aussi banalisés que le courrier électronique, ils émergent comme canal de communication. Pour cela, il faut qu'ils soient utilisés dans les meilleures conditions par les marques et répondent aux attentes que les consommateurs ont vis-à-vis de chacun d'eux. Les conclusions du travail d'ExactTarget mettent en avant d'autres réalités. Ainsi, les marques sont encore relativement peu suivies sur Twitter, même si certains pays font mieux que d'autres. Un exemple : 4 % des Français suivent le compte Twitter d'au moins une marque, ce qui place la France au rang de lanterne rouge, derrière les Australiens (6 %), les Allemands et les Britanniques (7 % chacun). Les Brésiliens sont les seuls à s'impliquer très fortement sur ce réseau puisque plus d'un consommateur sur quatre (26 %) déclare suivre le compte d'une marque. D'autre part, dans la majorité des pays observés, les consommateurs suivent une marque sur Twitter pour se tenir informés des nouveautés et mieux connaître la ou les marques en question. Dans cette logique, les Français privilégient l'information sur de nouveaux produits et de nouvelles offres proposés par l'entreprise (47 %) ainsi que les tendances véhiculées par la marque (32 %) ; outre-Rhin, les consommateurs

se veulent plus Corporate en suivant une marque principalement pour se tenir informés des changements dans l'entreprise (27 %) ou pour recevoir plus d'informations liées à leurs intérêts personnels (26%). Quid outre-Manche ? Les Anglais souhaitent recevoir plus d'informations liées à leurs intérêts personnels et leurs hobbies (42 %). Et veulent se tenir au courant de la vie de l'entreprise et de la marque (42 %). De leur côté, les Australiens recherchent de l'information, sur les produits existants comme sur ceux à venir (45 %) ainsi que sur l'évolution de la marque et de son organisation (36 %). Une fois de plus, les Brésiliens se singularisent quand ils déclarent attendre des promotions (49 %) ou la possibilité de recevoir des produits gratuitement (43 %). Autrement plus répandu que Twitter, Facebook est largement utilisé en France. En général, il offre ainsi de nouvelles opportunités d'interagir avec les consommateurs, quel que soit le pays concerné. A une condition : mettre au point une stratégie en la matière. Selon ExactTarget, ce réseau social « s'apparente en effet à la sphère privée dans laquelle les marques sont acceptées, à condition d'apporter une réelle valeur ajoutée, sans comportement commercial agressif ». Et de conclure : « Sur Facebook, les marques doivent donc faire preuve de créativité et d'innovation pour entrer en relation avec des internautes qui sont plus ou moins enclins, selon le pays concerné, à rechercher aujourd'hui ce type de contact. Les Français, comme les Britanniques, sont ainsi plus impliqués sur Facebook que les Allemands (43 % et 45 % vs 39 %) mais demeurent derrière les Australiens (55 %) et surtout les champions brésiliens (77 %) qui ont adopté [ce réseau social] comme lieu d'échange avec leurs marques préférées ! »

## 4.2 Architecture

### Hiscox France opte pour la solution Prima Insure

L'assureur qui distribue ses produits à travers un réseau de courtiers sélectionnés et permet depuis 2008 aux professionnels du conseil et des services de souscrire directement en ligne leur assurance responsabilité civile professionnelle, vient de sélectionner la plate-forme Prima Insure de l'éditeur Prima Solutions.

Confronté à des besoins de flexibilité et de time-to-market en front-office, la filiale française de l'assureur Hiscox a opté pour la solution Prima Insure. Il s'agit de la plateforme de distribution Internet en mode SaaS dédiée à l'industrie de l'assurance proposée par Prima Solutions. Cette solution lui a permis de lancer son premier contrat en l'espace de trois mois. Selon Stéphane Flaquet, directeur IT Groupe chez Hiscox, l'assureur « [...] avait besoin d'une plateforme de distribution et de gestion Internet flexible pour ses produits RC Pro, RC Dirigeants et Assurance Multi-bureaux. Après une revue du marché, nous avons retenu l'offre de Prima Solutions. La plateforme Prima Insure, accessible en mode SaaS, nous permet de mettre nos produits en ligne très rapidement, d'offrir à nos clients une souscription et une gestion de leur contrat sur Internet à partir de leur espace personnalisé et offre à nos utilisateurs les fonctionnalités de gestion dont ils ont besoin, et ce à partir de la même et unique plateforme logicielle ». Cette solution est entièrement paramétrable et s'adapte aux différents utilisateurs, qu'ils soient clients, distributeurs ou gestionnaires. Il s'agit d'une offre modulaire bénéficiant en natif de technologies totalement Web et disponible en mode SaaS. Elle gère la totalité des actes métiers d'un produit, du devis à l'encaissement, que ce soit pour des produits d'assurance dommage, vie ou épargne. Illustration de sa flexibilité,

Prima Insure est utilisé soit comme système complet de distribution et de gestion de contrats en remplacement de systèmes existants, voire comme un ensemble de modules en complément de solutions logicielles déjà intégrées au sein d'une compagnie. Outre la particularité d'être exploitable en mode SaaS, cette solution de l'éditeur français permet à Hiscox d'être fortement réactif sur les marchés où il intervient. La collaboration avec les équipes de l'éditeur ont permis de proposer très rapidement un nouvel outil aux utilisateurs, conformément au budget préétabli. Dans un délai court, « les équipes ont paramétré les produits, formules et tarif, adapté les processus de souscription, gestion contractuelle et financière, réalisé le tunnel de souscription web, migré l'ensemble des portefeuilles dont nous disposons, testé et mis en production la plateforme », précise Nicolas Moroz, Directeur de la distribution directe, Hiscox France.



## 4.3 Logiciels & applications

### 57% des entreprises ne contrôlèrent pas leurs applications internes

C'est, en tous cas, l'une des principales conclusions d'une enquête européenne réalisée par Kaspersky Lab en synergie avec B2B International. Selon cette étude plus de la moitié des entreprises n'utilisent aucun outil spécifique pour le contrôle de leurs applications internes.

A l'heure de la cybercriminalité galopante, les résultats de l'enquête de Kaspersky Lab tendent à démontrer à quel point les entreprises restent encore assez dilettantes face à la protection de leurs infrastructures. Pourtant, les cybercriminels ne dorment pas. Et rivalisent d'ingéniosité pour toucher les systèmes d'information des entreprises. Selon Kaspersky Lab les cybermalfaiteurs n'hésitent pas à « faire passer un programme malveillant par une application courante, de sorte que lorsqu'un collaborateur tente de lancer celle-ci, c'est l'ensemble de l'infrastructure qui est infecté » Comment prévenir de tels incidents ? Les entreprises doivent élaborer et appliquer des règles de sécurité portant spécifiquement sur l'installation et le lancement des applications. Pourtant, toutes ne le font pas. Pire, « la majorité des sociétés n'ont aucun moyen de contrôler les applications et 17 % d'entre elles ne manifestent aucun intérêt pour les outils permettant un contrôle dans ce domaine ou ne sont pas même au courant de leur existence », selon cette enquête. Ce constat touche également la connexion d'équipements et de supports de stockage externes : « seules 44 % des entreprises y prêtent suffisamment d'attention et déploient des outils de contrôle des périphériques, tandis que 17 % ne connaissent pas ce type d'outils ou ne s'y intéressent pas. Or, le malware propagé par des

périphériques USB représente une menace constante : au cours de la seule année 2012, les solutions de sécurité Kaspersky Lab ont bloqué plus de 3 milliards de tentatives d'infection locales. En outre, cette possibilité totale de connecter n'importe quel équipement externe au réseau de l'entreprise augmente considérablement le risque de fuite de données ».

Selon Kaspersky Lab, quel que soit le secteur d'activité, il est nécessaire de respecter des règles simples pour éviter une très grande majorité des risques. « Il s'agit d'un problème complexe qui peut être abordée à travers des solutions simples et en respectant quelques bonnes pratiques. « En effet, des réflexes tels que mettre à jour son système d'exploitation, ou limiter la connexion de périphériques externes au réseau de l'entreprise relèvent du bon sens et garantissent une protection à minima ». De telles pratiques sont loin d'être automatiques. Elles peuvent se propager grâce à une culture de la cyber-protection promue par le RSSI, quand il existe.

## Solvabilité 2 : La Matmut retient la suite logicielle d'Effisoft



Dans la perspective de l'adoption des normes liées à Solvabilité 2, le groupe mutualiste a retenu la suite logicielle d'Effisoft, en l'occurrence Solvaset. Une opération encadrée par un contrat prévoyant l'intégration de deux modules : Ooliba et Assuretat.

Malgré les incertitudes qui planent sur la date définitive d'entrée en vigueur de Solvabilité 2, bon nombre d'acteurs de l'assurance poursuivent leurs travaux d'adaptation parmi lesquels l'intégration de nouveaux outils informatiques dédiés. Dans ce cas, figure la Matmut. Le groupe mutualiste vient de signer un contrat avec l'éditeur Effisoft, un des principaux fournisseurs des outils dédiés à la maîtrise des nouveaux enjeux imposés par ce vaste programme réglementaire. Le contrat signé entre les deux partenaires prévoit l'intégration de deux modules de l'offre Solvaset déployée l'an dernier pour permettre aux porteurs de risques d'aller vite dans la prise en compte des exigences de Solvabilité 2. Il s'agit d'Ooliba et d'Assuretat. Le premier constitue une solution de calculs actuariels qui répond aux exigences du pilier 1 avec son module dédié au modèle standard de calcul du SCR/MCR. Quant au second, bien connu dans le monde financier, il constitue l'une des solutions-phares dédiée à la gestion du reporting réglementaire. L'assureur a porté son choix sur Effisoft suite aux réunions d'études ayant démontré la capacité de l'éditeur à cerner la problématique relative à la réforme Solvabilité II et son expérience dans l'accompagnement de ses clients. La qualité des outils a, bien entendu, joué un rôle déterminant dans cette décision. La Matmut a ainsi fait à nouveau confiance aux équipes d'EFFISOFT qui possèdent une expérience métier et ont déjà, par le passé, livré des projets maîtrisés et réussis à l'assureur.

La solution Ooliba permettra à la MATMUT de couvrir les besoins du pilier 1 avec l'automatisation des feuilles de calcul SCR/MCR en modèle standard et fournira à l'assureur un outil de traçabilité et d'auditabilité de ses modèles de calculs. En complément, le logiciel Assuretat prendra en charge la génération des états réglementaires

quantitatifs exigés par l'EIOPA et l'ACP au titre du pilier 3 : la production ou le montage des états QRT (Quantitative Reporting Templates) au format XBRL ; la constitution du bilan prudentiel, y compris les retraitements comptables en vision Solvabilité II et le calcul de l'impôt différé ; la production des états nationaux exigés par l'ACP. Outre l'intégration de ces deux modules, la Matmut a profité de ce projet pour étendre la couverture fonctionnelle du logiciel de réassurance WebXL qu'il utilise déjà. Il a ainsi acquis le module de gestion des facultatives. Ce dernier permettra de réaliser une automatisation exhaustive du processus d'import des informations de réassurance vers Assuretat. Selon Marc Accos, dirigeant et cofondateur d'Effisoft, « nous nous sommes toujours démarqués par notre expertise métier et notre accompagnement de premier ordre. Nous avons radicalement fait évoluer notre plateforme technologique nous permettant ainsi d'élargir notre offre à l'ensemble des exigences de la directive Solvabilité II. Aujourd'hui, nous restons un éditeur d'excellence sur le marché et les nombreuses signatures de prestige que nous réalisons en témoignent. Nous sommes très heureux de collaborer avec la MATMUT, un de nos clients historiques sur le reporting réglementaire. Preuve que nous avons rapidement su nous adapter à l'évolution du marché, maintenir notre dynamisme commercial et la solidité de notre offre ». Du reste, à travers cette référence, l'éditeur conforte son positionnement sur le terrain mutualiste. La Matmut est ainsi la deuxième entité de SFEREN à retenir ses solutions pour les problématiques Solvabilité II.

# 5

## CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

### 5.1 Épargne / Retraite / Prévoyance

#### 2012 un bon cru pour l'épargne salariale

Le millésime 2012 de l'épargne salariale affiche une bonne mine. Témoin cette branche aura enregistré une hausse de 11 % pour un encours de 94,6 milliards d'euros l'an dernier. Une hausse largement imputable à la bonne tenue de la Bourse.

L'épargne salariale a affiché une bonne tenue en 2012 avec un encours de 94,6 milliards d'euros contre 85,3 milliards d'euros en 2011. Cette embellie à deux chiffres est partiellement attribuable à la bonne santé de la Bourse, qui avait connu une année catastrophique en 2011. L'analyse détaillée des résultats de cette branche permet de constater un montant des versements sur les dispositifs d'épargne salariale s'élevant à 11,3 milliards d'euros, ce qui correspond à une baisse de 10 % par rapport à 2011. Quid de la participation ? Elle a été de 3,8 milliards d'euros et 3,1 milliards d'euros ont constitué l'intéressement. A titre volontaire, les salariés ont épargné 2,4 milliards d'euros et les entreprises ont abondé à hauteur de 2 milliards d'euros. Les salariés ont effectué pour 10,8 milliards d'euros de rachats ce qui a donné une collecte nette de 500 millions d'euros. Sur ce terrain, « le PERCO a bénéficié de 1,3 milliard d'euros en versements nets du fait du dispositif du fléchage de 50 % de la participation ; en revanche, les plans d'épargne entreprise ont connu une décollecte de 670 millions d'euros », indique un document du Cercle des Epargnants. Fin 2012, 270 000 entreprises disposent d'un PEE contre 260 000 en 2011 et 128 000 en 2004. D'autre part, 12 mil-



lions de salariés ont un compte d'épargne salariale ce qui représente un peu plus d'un salarié sur deux en France. Enfin, les fonds solidaires continuent de flamber avec un actif de 2,6 milliards d'euros en progression de 50 % en un an. Les fonds dits ISR enregistrent un beau succès avec une hausse de 43 % en atteignant 14,6 milliards d'euros. Quid de l'année en cours ? Selon Philippe Crevel, Secrétaire général du Cercle des Epargnants, « 2013 sera marquée par la hausse du forfait social intervenue au second semestre 2012 et qui conduit des entreprises à réduire leur enveloppe d'épargne salariale. La crise devrait également peser sur les résultats des entreprises et pourraient conduire à une minoration de l'épargne salariale cette année. Par ailleurs, le déblocage devrait favoriser la décollecte à compter du 1er juillet. La bonne tenue de la bourse sur le premier semestre devrait atténuer les effets de la décollecte en majorant l'encours ».



## L'assurance-vie fait de la résistance

L'ancien placement préféré des Français ne tient plus tête au Livret A et au LDD, les deux supports d'épargne défiscalisés. Pourtant, il vient de conclure encore un mois d'avril pour le moins acceptable. Pour les observateurs, le contexte économique et financier marqué par la valorisation des actions et la baisse des transactions immobilières constitue, en ce début d'année une aubaine pour ce produit d'épargne longue.

Evolution mensuelle des cotisations (Estimations : Vie et capitalisation – affaires directes – en milliards d'euros)



Selon les chiffres publiés par la FFSA, la collecte nette de l'assurance-vie pour le mois d'avril a été de 1,9 milliard d'euros, ce qui représente 40 % de celle du Livret A et du LDD valorisée à 4,6 milliards d'euros. Ainsi, l'assurance-vie enregistre son cinquième mois de collecte positive. Le total de cette opération qui n'a pu être prévue par les spécialistes, est de 9 milliards d'euros depuis janvier 2013. Pour autant, si cette manne semble encourageante pour l'assurance vie, elle fait pâle figure, rapportée à la performance du Livret A et du LDD. Témoin, les deux véhicules affichent une collecte nette plus de d

eux fois supérieure à celle de leur concurrent : 20,66 milliards d'euros. Cela dit, Il faut rappeler l'encours de cette épargne longue, 1 416 milliards d'euros, là où ses concurrents jumeaux plafonnent à 363 milliards d'euros. Comment expliquer la résistance de l'assurance vie dans un contexte économique incertain où elle a quand même reçu un appui fort, celui du rapport de la Commission sur l'épargne longue ? Selon Philippe Crevel, Secrétaire général du Cercle des Epargnants, « la confirmation de la collecte positive de l'assurance-vie repose sur une reprise des cotisations et la poursuite de la diminution des rachats. Elle s'inscrit dans un environnement économique dégradé qui incite les Français à maintenir un fort volant

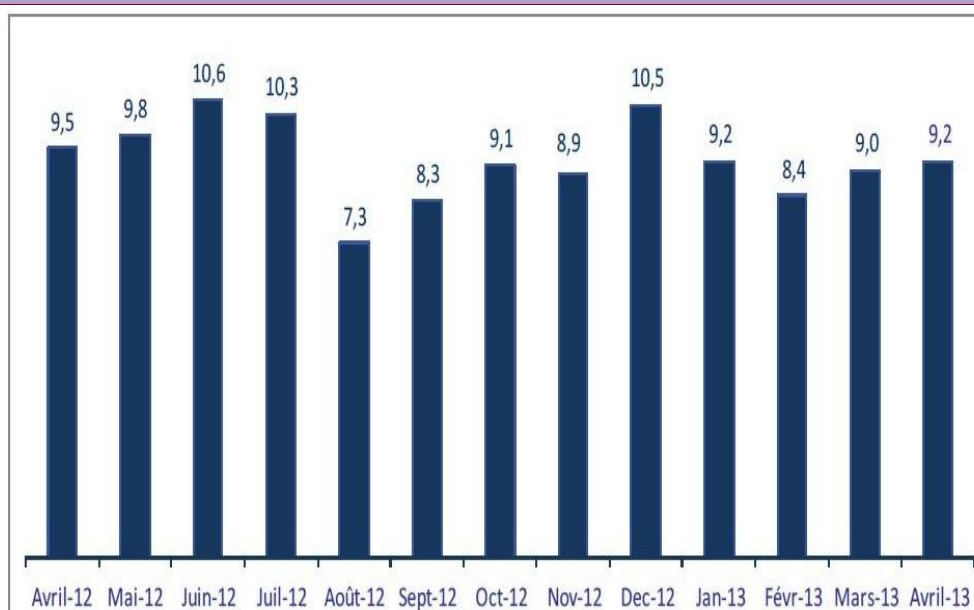
d'épargne de précaution et à reporter leurs investissements (immobiliers) ou leurs achats importants (voiture, équipements logement...). Cette évolution témoigne également de la confiance des Français vis-à-vis de leurs produits d'épargne préférés que ce soit l'assurance-vie ou le Livret A ».

Une analyse détaillée des performances de l'assurance vie met en exergue différentes réalités. Les cotisations ont progressé de 20 % par rapport au mois d'avril 2012. Elles ont ainsi atteint plus de 11 milliards d'euros. Depuis le mois de janvier, elles s'élèvent à 44,75 milliards d'euros, soit une belle progression de 10 %. Selon Philippe Crevel, « les bons résultats de la bourse ont conduit les épargnants, depuis le début de l'année, à revenir prudemment sur les unités de compte qui, sur les quatre premiers mois, captent 15 % des cotisations contre 13 % durant la période équivalente de 2011 ». Dans le même temps, les prestations continuent de dévisser. Elles affichent une baisse de 4 % en avril. Et s'élèvent à 9,18 milliards d'euros. Sur les quatre premiers mois de 2013, la régression en la matière est de 16 % avec 35,8 milliards d'euros de rachats. Les prestations représentent 7,8 % des encours en baisse de 0,7 point par rapport à fin décembre. Pour le secrétaire général du Cercle des Epargnants, « après la

crise des dettes publiques européennes qui a marqué les esprits en 2011 et 2012, le retour au calme cette année limite les sorties anxieuses. La volonté des pouvoirs publics de conforter l'assurance-vie comme placement long joué certainement un rôle dans la réduction des rachats. Le recul de l'immobilier comme valeur refuge réduit les sorties de l'assurance-vie. La chute du nombre de transactions immobilières a pour conséquences de moins solliciter l'assurance-vie en tant que source d'apports personnels. Ce

mouvement devrait se poursuivre sur l'ensemble de l'année ». Du reste, cette performance profite tout logiquement à l'encours de l'assurance-vie. Il a atteint 1 416 milliards d'euros contre 1391 milliards d'euros à la fin du mois de décembre. Il était de 1406 milliards d'euros à fin mars.

**Evolution mensuelle des sommes versées par les assureurs (Estimations : Vie et capitalisation - affaires directes - en milliards d'euros)**



# 6

## NOMINATIONS

### 6.1 Nominations

#### Le groupe Verspieren réorganise son directoire

Anticiper les évolutions du secteur de l'assurance et renforcer sa position de principal courtier en assurances à capital familial du marché français a motivé Verspieren à réorganiser son directoire. Une réorganisation qui prendra effet à partir du 1er juin 2013.

Dans le cadre de cette restructuration, Pierre-Anthony Verspieren conserve son poste de président du directoire ; et supervise les aspects opérationnels de la société. Maxence Verspieren est nommé directeur général. Il est en charge de l'administration générale de la société. Dominique Sizes se consacre aux activités internationales du groupe, au réseau Verspieren International et aux filiales étrangères. Enfin, Alfred Hauttecoeur est membre du directoire, tout particulièrement en charge de la crois-

sance externe. Enfin, Johan Cailliez est nommé directeur financier et Ludovic Magnin prend le poste de secrétaire général, en complément de sa fonction de directeur des Ressources humaines.

#### Patrick Jacquot garde les rênes de la Mutuelle des Motards

Le 19 mai dernier, Patrick Jacquot largement réélu lors de l'Assemblée générale de la mutuelle des Motards a été reconduit dans ses fonctions de Président-directeur général, à l'unanimité des membres du conseil d'administration. Alain Borie est confirmé au poste de vice-président. Quant à Nicolas Lacourte, il fait son entrée au Conseil.

Les représentants des sociétaires de la Mutuelle des Motards se sont massivement exprimés pour la poursuite de l'action engagée par le conseil d'administration, en reconduisant avec plus de 80 % des voix, Patrick Jacquot et Alain Borie. Sur le troisième poste soumis à élection, les représentants des sociétaires ont préféré au sortant Léopold Talou (entré au conseil d'administration en 1995) Nicolas Lacourte, jeune sociétaire francilien de 35 ans. Au terme de l'Assemblée générale, le Conseil d'administration nouvellement formé a reconduit à l'unanimité dans leurs fonctions Patrick Jacquot (Président-Directeur Général) et Alain Borie (vice-président). Né en 1957, Patrick Jacquot est un passionné de moto, qu'il pratique depuis 1977, et un militant au service du Mouvement des motards. Dès 1983, il rejoint la Fédération Française des Motards en Colère (FFMC), et il s'engage en 1984 comme bénévole au Pavé dans la mare (devenu Moto Magazine), puis au sein de la FFMC Communication en 1985. En 1989, il rejoint la Mutuelle des Motards en tant qu'administrateur, avant de devenir

vice-président en 1992, puis président du Conseil d'administration en 1995. Depuis octobre 2001, il est président et directeur général de la Mutuelle des Motards. Patrick Jacquot est trésorier, du bureau du GEMA (Groupement des Entreprises Mutuelles d'Assurance), Président de GEMA Prévention et représentant du GEMA au Conseil National de la Sécurité Routière (CNSR), au sein duquel il préside la Commission « 2-roues et 2-roues motorisés ». Il est également membre du CEGES (Conseil des Entreprises, Employeurs et Groupements de l'Économie Sociale) et du CJDES (conseil d'administration du Centre des Jeunes Dirigeants et Acteurs de l'Économie Sociale), et président de l'AIRDIE (financement solidaire, représentant en Languedoc-Roussillon du réseau France Active), dont le siège est à Montpellier.

## Thierry Daucourt intègre XL Group au titre de Directeur des Opérations (COO)

XL Group vient d'annoncer la nomination de Thierry Daucourt au poste de Directeur des Opérations (COO) de l'unité d'Assurance International P&C (Dommage & Responsabilité Civile dans la région International). Cette nomination sera effective à compter du 1er août 2013.

Dans le cadre de ses nouvelles fonctions, Thierry Daucourt soutiendra le directeur général de l'unité, Jason Harris, dans le développement et la réalisation de leur stratégie. Il aura pour mission de mener l'expansion et la performance financière de la région, et d'optimiser l'efficacité en son sein. La région International de XL Group comprend l'Europe, l'Asie-Pacifique et l'Amérique latine. Thierry Daucourt sera basé à Zürich, sous la direction de Jason Harris.

Thierry Daucourt intervient depuis une trentaine d'années dans le secteur de l'assurance.

Depuis 1998, il a occupé plusieurs postes de direction chez Chubb Insurance Company of Europe, dont dernièrement celui de Responsable de la région Europe du sud. Avant cela, il avait travaillé chez Zurich Financial Services et avait occupé divers postes chez Winterthur Insurance, notamment celui de Responsable de la division International, en France.

## XL Group : Kadidja Sinz devient directrice régionale pour l'Europe continentale

Actuellement directrice générale des opérations d'assurance de XL Group pour la France, Kadidja Sinz vient d'être nommée au poste de directrice régionale pour l'Europe continentale.

Dans le cadre de ses nouvelles fonctions, Kadidja Sinz prendra en charge les activités liées à la distribution et au réseau de la branche Assurance. Elle conserve ses fonctions de directrice générale des opérations d'assurance pour la France et aura également la responsabilité des équipes en charge des clients et des courtiers en Autriche, en Europe centrale et de l'Est, au Benelux, en Allemagne, en Italie, dans les pays nordiques et en Suisse. Paris reste son site d'attache, sous la responsabilité de Jason Harris, directeur général de la division dommage & responsabilité civile internationale. Kadidja Sinz

a rejoint XL Group en 2011. Elle intervient dans le monde de l'assurance depuis plus de 25 ans, en France et en Europe. Avant son entrée au sein de XL Group, elle avait travaillé pour Ace Europe en qualité de Distribution and Customer Relationship Manager pour l'Europe. Auparavant, elle a occupé différents postes de direction chez AIG Europe à Paris et Chubb France.

# 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<sup>er</sup> 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

23 rue du Départ - 75014 Paris  
Tél : 09.50.81.21.86

E-mail : [capa@capaweb.com](mailto:capa@capaweb.com) - [www.capaweb.com](http://www.capaweb.com)

**Président et Directeur de la publication :**  
Nacer MECHRI - [n.mechri@capaweb.com](mailto:n.mechri@capaweb.com)

**Rédacteur en chef:**  
Emmanuel MAYEGA - [e.mayega@capaweb.com](mailto:e.mayega@capaweb.com)

**Secrétariat de rédaction:**  
Bruno Fontela - [bfontela@capaweb.com](mailto:bfontela@capaweb.com)

**Contact commercial :**  
Aurélia Deslandes  
[adeslance@capaweb.com](mailto: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 :**  
23 rue du Départ - 75014 Paris

- 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