



DECRYPTAGE

Reportage :

« Les assureurs s'approprient progressivement la gestion de leurs actifs »

PAGE 5

L'essentiel de la semaine

Stratégie - page 7

La Mutuelle Générale de la Police prépare son avenir

Systèmes d'information - page 15

Experian lance un outil pour lutter contre l'usurpation d'identité et le vol de données personnelles

Stratégie - page 9

MMA lance son premier atelier collaboratif clients professionnels

Conjoncture - page 17

Le marché du crédit à la consommation en Europe valorisé à 1 056 Mds€ en 2012

Marketing - page 10

La Matmut renouvelle son engagement à la Charte Européenne de la Sécurité Routière

Conjoncture - page 18

Un Observatoire citoyen des restes à charge en santé voit le jour

1

L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

La Mutuelle Générale de la Police prépare son avenir

La Mutuelle Générale de la Police (MGP), présidée par Benoît BRIATTE, qui a tenu son Assemblée générale à la fin du mois dernier, veut se redimensionner afin de préparer son avenir au sein d'un périmètre de la mutualité en pleine ébullition. Rapprochement, lancement de nouveaux produits sont dans sa ligne de mire.

(Lire page 7)

MMA lance son premier atelier collaboratif clients professionnels

L'assureur, concepteur du slogan « zéro tracas... » annonce le lancement de son premier Atelier Collaboratif Clients Professionnels, le 20 juin prochain, au Mans. Une occasion de renforcer également son positionnement sur les réseaux sociaux.

(Lire page 9)

La Matmut renouvelle son engagement à la Charte Européenne de la Sécurité Routière

Signataire de la Charte Européenne de la Sécurité Routière depuis 2006, la Matmut vient de renouveler pour une durée de trois ans, son engagement à ce programme. A travers cet acte, elle confirme sa poursuite de la mise en œuvre des mesures encourageant les progrès en matière de sécurité routière.

(Lire page 10)

Experian lance un outil pour lutter contre l'usurpation d'identité et le vol de données personnelles

En France, le fournisseur de technologies vient de dévoiler sa nouvelle solution d'alerte et de surveillance contre la diffusion des données personnelles sur Internet.

(Lire page 15)

Le marché du crédit à la consommation en Europe valorisé à 1 056 Mds€ en 2012

La sixième étude annuelle de Crédit Agricole Consumer Finance sur l'état du marché du crédit à la consommation dans les 27 pays de l'Union européenne valorise ce segment à 1 056 Mds€ en 2012.

(Lire page 17)

Un Observatoire citoyen des restes à charge en santé voit le jour

Le Collectif inter-associatif sur la santé (CISS), 60 millions de consommateurs et Santéclair viennent de lancer un observatoire citoyen sur les restes à charge (RAC).

(Lire page 18)

SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Systèmes d'information | page 5

« Les assureurs s'approprient progressivement la gestion de leurs actifs »



2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

- 2.1 **Stratégie** 7
 - La Mutuelle Générale de la Police prépare son avenir 7
- 2.2 **Fusions - Acquisitions** 8
 - PSConsulting et IT&M se rapprochent 8
- 2.3 **Actualités des sociétés** 9
 - MMA lance son premier atelier collaboratif clients professionnels 9

3 MARKETING

- 3.1 **Innovations Produits/Service** 10
 - La Matmut renouvelle son engagement à la Charte Européenne de la Sécurité Routière 10
 - Sofinco se lance dans la garantie chauffage 11
- 3.2 **Offre Produits/Services sur Internet** 11
 - SFR Business Team dévoile « E-velop by SFR » 11
- 3.3 **Communication** 12
 - Allianz France, partenaire de la troisième édition des 10km L'Equipe Paris 12
 - La Carac lance un guide pratique pour bien épargner 13
- 3.4 **Études Marketing** 14
 - 41 % d'assurés moto feraient davantage confiance à un spécialiste 14

4 SYSTEMES D'INFORMATION

- 4.1 **Internet / Multimédia** 15
 - Experian lance un outil pour lutter contre l'usurpation d'identité et le vol de données personnelles 15
 - Le Crédit Agricole d'Ile-de-France ouvre sa page Facebook 16

5 CONJONCTURE ECONOMIQUE ET SOCIALE

- 5.1 **Synthèse des marchés européens** 17
 - Le marché du crédit à la consommation en Europe valorisé à 1 056 Mds€ en 2012 17
- 5.2 **Santé** 18
 - Un Observatoire citoyen des restes à charge en santé voit le jour 18

6 NOMINATIONS

6.1 Nominations	19
FFSA : Matthieu Bébéar à la présidence de la Commission de la distribution	19
Hiscox : Florence Tondu-Mélique devient Directeur des Opérations pour l'Europe	19
Néoliane Santé & Prévoyance annonce l'arrivée d'Alexis LANOY dans ses équipes	20

DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

« Les assureurs s'approprient progressivement la gestion de leur actifs »



La gestion d'actifs constitue un métier à part entière exercé par des gestionnaires d'actifs spécialisés. Du fait de cette spécificité, les investisseurs institutionnels (compagnies d'assurance, caisses de retraite et institutions de prévoyance), qui disposent d'un important volume d'actifs à investir externalisent une partie de la gestion auprès de ces professionnels aguerris. Mais seulement voilà, différents facteurs viennent modifier la donne, poussant ainsi ces acteurs à réinternaliser la gestion de certaines classes d'actifs : crises financières successives, nouvelles exigences réglementaires, contraintes de reporting, etc. En fait, les institutionnels entendent de plus en

plus maîtriser leurs actifs, ce qui passe par une vision plus globale de leur entreprise. Cette nouvelle tendance à l'In-Sourcing se généralise progressivement. Un mouvement observé par Linedata, un des fournisseurs de solutions technologiques de la gestion d'actifs, y compris en mode externalisé. « On ne peut pas parler de lame de fond en matière d'In-Sourcing ; toutefois, certains comportements observés donnent matière à réflexion ; nous devons accompagner nos clients et partenaires dans l'adaptation de leurs modèles opérationnels », indique François Pradel, directeur de l'offre Asset management pour l'Europe du Sud chez Linedata. Il livre à Capa Hebdo, son regard sur ce phénomène nouveau.

PROPOS RECUEILLIS PAR EMMANUEL MAYEGA

Capa Hebdo : En sa qualité d'éditeur d'une plate-forme de gestion d'actifs, en l'occurrence Linedata Chorus, et sa commercialisation en mode hébergé (SaaS) comme On Premise (installé sur site, ndlr), Linedata est aux premières loges pour observer les us et coutumes de management des institutionnels. Comment expliquez-vous la volonté de ces derniers de s'approprier la gestion de leurs actifs pourtant historiquement confiée à des sous-traitants professionnels ?

François Pradel : Les gestionnaires institutionnels délèguent depuis longtemps la gestion d'une partie de leurs actifs à des sociétés de gestion. Ces processus de délégation se sont sophistiqués au fil des ans. Mais, alors que la gestion d'actifs était jusqu'alors un métier à part et, à ce titre externalisée par les acteurs de l'assurance, de la retraite et de la prévoyance, certains institutionnels ont pris la décision de réinternaliser la gestion de certaines classes d'actifs, ce qui est nouveau et connu sous le vocable d'In-Sourcing. Parmi les facteurs explicatifs, on peut citer, au-delà de quelques mouvements d'humeur post-crise financière, la baisse des rendements obligataires qui renforce le poids des frais de gestion sur la performance, des regroupements entre investis-

seurs qui facilitent la constitution d'équipes de gestion puissantes, ainsi que la réglementation Solvency II qui, en replaçant la gestion d'actifs au cœur de la stratégie de l'entreprise, peut conduire certains acteurs à envisager une réinternalisation.

C.H. : Quid des crises économiques successives ? Jouent-elles également un rôle dans cette inversion de tendance ?

F. P. : Il est certain qu'à chaque crise financière, certains investisseurs ont tendance à faire porter la responsabilité de performances décevantes sur leur gestionnaire d'actifs plutôt que sur l'efficacité de leur processus d'allocation stratégique ou de délégation de gestion ! A l'issue de la crise des subprimes, on a pu parler d'une véritable crise de confiance entre gérants et investisseurs. Plus récemment, la problématique des dettes souveraines conjuguée à la baisse des rendements obligataires conduit certains d'entre eux à reconsidérer l'organisation de leurs délégations obligataires et, parfois, à renforcer les expertises de gestion et d'analyse crédit.

C.H. : Cela nécessite des investissements conséquents et un savoir-faire en termes de ges-

tion d'actifs. Les institutionnels de l'assurance sont-ils, selon vous, à même de faire face aux exigences métiers de la gestion d'actifs en interne ?

F. P. : Longtemps acteurs de taille modeste, les investisseurs institutionnels se concentrent. Dans le monde de l'assurance comme de la mutualité et chez les institutions de prévoyance, on assiste à la formation d'acteurs puissants comme AG2R la Mondiale, COVEA, Malakoff Médéric... Certains d'entre eux comme la SCOR ou la MGEN ont même fait même le choix de créer une société de gestion, de façon à pouvoir proposer ces prestations à une clientèle externe, mais il ne s'agit à ce stade que d'une minorité.

C.H. : Dans votre analyse, vous pointez du doigt la réglementation comme un des facteurs explicatifs de la tendance à l'In-Sourcing. Pouvez-vous être plus précis ?

F. P. : Solvabilité II incite les assureurs à renforcer la cohérence globale de leur système d'information, notamment en rationalisant l'architecture de leurs référentiels et environnements d'analyse décisionnelle. D'autre part, elle replace la gestion d'actifs au cœur des processus stratégiques de l'entreprise. Par ailleurs, elle comporte, comme la directive MIF, des dispositions contraignantes vis-à-vis de la délégation de fonctions dites "critiques ou importantes", qui doivent désormais être couvertes par les plans de continuité et de reprise d'activité (PCA et PRA) des entreprises. Or, dans le domaine de la gestion d'actifs et plus encore de l'administration de fonds, il est très difficile de prévoir des dispositifs de réversibilité et de substitution suffisamment efficaces pour affronter le risque de défaillance d'un prestataire, comme l'a récemment souligné la FSA (Financial Services Authority) au Royaume-Uni dans une communication récente.

C.H. : Comment se comporte Linedata face à la nouvelle tendance à l'internationalisation de la gestion d'actifs ?

F. P. : En notre qualité d'éditeur, nous avons pour finalité de proposer à nos clients les architectures les plus adaptées à leurs modèles opérationnels. Les clients de notre solution Linedata Chorus trouveront avec notre système de gestion de portefeuilles Linedata Longview, une solution idéale pour internaliser un processus de gestion assurantielle efficace. Elle intègre l'ensemble de la problématique de gestion des investissements financiers, depuis l'administration du référentiel jusqu'au reporting réglementaire, en passant par la gestion financière, la valorisation et la comptabilité. Nous avons ainsi accueilli onze nouveaux investisseurs institutionnels au début de l'année 2013. Le plus souvent, nos clients retiennent néanmoins nos offres d'hébergement, dans la mesure où elles s'appuient sur des solutions de haute disponibilité permettant d'assurer la continuité de l'activité. Ils privilégient également notre service de données financières NILE, qui leur permet de bénéficier de données administrées et vérifiées tout en limitant les coûts d'administration.

C.H. : Quel est le modèle économique retenu par ces nouveaux clients pour gérer leurs actifs ?

F. P. : La majeure partie de ces institutionnels a opté pour notre offre en mode hébergé ou SaaS (Software as a Service). Cette-ci intègre un hébergement hautement sécurisé, une prise en charge complète de l'exploitation et des changements de versions ainsi qu'un support utilisateur dédié. Le modèle économique peut prendre la forme, indifféremment, d'une acquisition de licence perpétuelle ou au contraire d'une redevance annuelle.

2

STRATÉGIE & ACTUALITÉ

2.1 Stratégie

La Mutuelle Générale de la Police prépare son avenir

La Mutuelle Générale de la Police (MGP), présidée par Benoît BRIATTE, qui a tenu son Assemblée générale à la fin du mois dernier, veut se redimensionner afin de préparer son avenir au sein d'un périmètre de la mutualité en pleine ébullition. Rapprochement, lancement de nouveaux produits sont dans sa ligne de mire.

Dans le cadre de son Assemblée générale clermontoise, la Mutuelle Générale de la Police a proposé une batterie de résolutions adoptées par les quelque 200 délégués élus. En substance, ces nouvelles mesures visent à conférer à cette institution les moyens de se redimensionner sur son marché où les regroupements et l'innovation produits sont plus que jamais des facteurs différenciants. Ainsi, la poursuite des travaux du projet de rapprochement avec le Groupe Intériale et la mutuelle Unéo, a été adoptée à plus de 94 %. Du côté de cette institution, les enjeux ont été identifiés, les paris définis : « *La MGP est face à de nombreux défis, au premier rang desquels : une concurrence de plus en plus sévère, une intégration continue de nouvelles règles prudentielles et l'arrivée imminente d'un processus de référencement au sein du ministère de l'Intérieur. Pour assurer sa pérennité, améliorer sa qualité de service au profit de ses adhérents, développer et proposer une offre de produits et de services qui soit la plus étendue possible, elle a identifié les coopérations et les rapprochements comme des leviers majeurs* ». Ainsi, début 2013, la MGP, le Groupe Intériale et Unéo ont lancé une étude d'opportunité de rapprochement dans le cadre d'une union mutualiste de groupe (UMG). Les élus de la MGP ont donné mandat au conseil d'administration et au président pour mettre en œuvre le projet qui leur a été présenté. Les délégués des autres partenaires se prononceront dans les prochains jours.

Outre le rapprochement, la stratégie produit est également actée. Témoin le lancement de

deux contrats de prévoyance adoptés à plus de 93 % : Lyria décès premium est un produit qui vient compléter l'actuelle garantie Lyria décès en ouvrant la possibilité d'un capital décès allant jusqu'à 500 000 euros et une rente éducation en option ; Santé Pass de la GMF qui constitue une garantie de protection de revenus à destination de tous les fonctionnaires en coassurance avec la GMF. Avec cette offre, la MGP enrichit son expertise de gestion sur ce type de produit après avoir développé ces dernières années les garanties Moduleo salaire et très récemment Lyria salaire. Enfin, l'Assemblée générale a également été l'occasion pour le groupe d'aborder la solidité financière de la Mutuelle Générale de la Police : son résultat net 2012 est en hausse de 2,7 millions d'euros par rapport à 2011. Élan 2016, plan stratégique du groupe a également été considéré. Dans les quatre prochaines années, l'objectif de la MGP est de devenir l'acteur incontournable et incontournable de la protection sociale sur le marché du ministère de l'Intérieur. Ce programme a défini plusieurs leviers qui devraient permettre à la MGP d'atteindre cette place de leader : optimiser les coûts fixes, maintenir la pérennité et la solidité financière du groupe, conquérir de nouveaux marchés et intensifier les actions de représentativité et de défense des intérêts du groupe. Clairement, cette institution a du pain sur la planche.

2.2 Fusions - Acquisitions

PSConsulting et IT&M se rapprochent

PSConsulting, cabinet de conseil en assistance à maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre notamment sur les métiers de la banque et de l'assurance annonce son rapprochement avec IT&M, entreprise de service numérique (appellation qui remplace celle de SSII) créée récemment.

Les deux acteurs entendent unir leurs forces pour se développer plus rapidement. L'opération se concrétise sous la forme d'un rapprochement capitalistique avec à la clé une fusion opérationnelle des deux structures. Elle s'inscrit dans une démarche commune pour accroître les capacités à répondre aux nouveaux besoins et aux exigences de leurs clients. PSConsulting dont les fondateurs, Guy Salas et Jacques Pérez, restent directeurs opérationnels, est constitué d'environ une cinquantaine de consultants bilingues. Le savoir-faire de l'entreprise s'exerce essentiellement sur le secteur de la banque de détail, banque privée et banque de financement dans différents domaines : comptabilité groupe et réglementaire,

gestion de trésorerie & cash management, gestion de la relation client, finance de marchés et gestion des risques. « *En 2013 nous souhaitons poursuivre notre développement et la dynamique de notre groupe. Nous sommes heureux de nous être rapprochés d'IT&M. Cela représente une réelle valeur ajoutée pour nous ainsi qu'un tremplin à notre développement* » indique Jacques PEREZ, Directeur associé de PSConsulting.

2.3 Actualités des sociétés

MMA lance son premier atelier collaboratif clients professionnels

L'assureur, concepteur du slogan « zéro tracas... » annonce le lancement de son premier Atelier Collaboratif Clients Professionnels, le 20 juin prochain, au Mans. Une occasion de renforcer également son positionnement sur les réseaux sociaux.

En lançant son premier atelier collaboratif clients professionnels, l'assureur entend poursuivre sa stratégie d'entraide, d'écoute et de partage entre assurés. Il veut également tisser des liens forts entre ses salariés, ses agents, ses collaborateurs et ses clients. Cette journée sera organisée autour d'ateliers mêlant travaux pratiques et échanges. Des sessions ayant pour vocation de réunir un panel de clients pour réfléchir à l'assurance d'aujourd'hui et co-créer celle de demain. Pour promouvoir ces échanges, l'assureur s'est lancé dans l'exploitation de nouvelles technologies pour faciliter les échanges entre l'ensemble des parties prenantes : page Facebook, outils de partage de connaissances, usages du Web 2.0, etc.

MMA entend inspirer la communauté collaborative mise en place et concernant des structures de moins de 20 salariés : dirigeants, artisans, commerçants, professions libérales, exerçant dans des secteurs d'activités variés (sociétés de services, imprimeries, pro BTP, Industries, viticulteurs,...). Selon Fabrice Lecuyer, directeur marketing MMA, l'assureur « ... souhaite favoriser l'émulation entre professionnels et l'émergence de nouvelles tendances en matière d'assurances à travers un format qui nourrit une approche créative de la relation client. Les Ateliers Collaboratifs Clients illustrent cette

dynamique de relation client centrée sur le partage d'expériences et la formulation de besoins. Elle s'épanouit dans un processus d'échanges et de collaboration de long terme ».

Pendant un an, trois journées au moins seront consacrées aux ateliers collaboratifs. Des moments d'échanges soutenus par un espace web dédié à la prolongation et à la maturation des réflexions initiées en commun. Concrètement, chaque session des Ateliers Collaboratifs Clients réunit quinze clients MMA, quatre de ses collaborateurs et un agent général. Les thématiques abordées pour ce premier Atelier Collaboratif Clients Professionnels MMA s'articulent autour de quatre pôles de préoccupations clientèles : la démarche globale Client Professionnel ; les services aux Professionnels ; la prévention ; le futur Espace Client Professionnel.

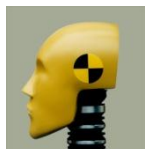
Enfin, cette journée sera l'occasion pour les participants d'assister aux essais des 24h du Mans au sein de la structure Toyota Hybrid catégorie LMP1.

3

MARKETING

3.1 Innovations produits/Services sur Internet

La Matmut renouvelle son engagement à la Charte Européenne de la Sécurité Routière



Signataire de la Charte Européenne de la Sécurité Routière depuis 2006, la Matmut vient de renouveler pour une durée de trois ans, son engagement à ce programme. A travers cet acte, elle confirme sa poursuite de la mise en œuvre des mesures encourageant les progrès en matière de sécurité routière.

Du fait de son fort positionnement sur le segment de l'auto, la Matmut œuvre en permanence pour la prévention routière. Dans la prolongement de cette stratégie, elle a, depuis 2006, signé la Charte Européenne de la Sécurité Routière. Une signature qu'elle vient de renouveler, pour une durée de trois ans. Cette initiative de la Commission européenne, constitue une plateforme participative rassemblant des entreprises, des associations, des établissements de recherche et des autorités publiques. Des acteurs qui s'engagent à conduire des actions concrètes et à partager leurs bonnes pratiques dans le but de résoudre les problèmes de sécurité routière rencontrés dans leur environnement quotidien. La finalité de cette charte est de contribuer à la réduction du nombre de victimes de la route. Elle compte actuellement plus de 2 000 signataires. Au-delà de cette adhésion renouvelée, Matmut Prévention conduit de multiples actions afin de sensibiliser les populations aux risques de la route. Des actions en lien avec sa gamme de produits et services. Ainsi, en l'an dernier, cette mutuelle avait investi près de 4 millions d'euros dans différents domaines : risques de la route, accidents de la vie courante, prévention santé.

Pour mémoire, la Matmut organise, depuis juin 1996, des stages de sensibilisation aux risques de la conduite automobile. Ils sont déclinés en trois formules gratuites et cumulables pour les sociétaires : Conduite Préventive, Code & Conduite et Éco-conduite. Ces actions de formation sont dispensées par des instructeurs professionnels de la sécurité routière, employés par M&A Prévention, filiale commune de la Matmut et de l'Automobile Club de l'Ouest. Chaque année,

240 journées de formation sont ainsi offertes et 5 760 places disponibles. En 2013, nouveauté de taille, l'assureur propose des stages de conduite gratuits à ses sociétaires motards. On le sait, cette population reste fortement touchée par les accidents de la circulation. Assurant plus de 182 000 « 2 roues motorisés », la Matmut est logiquement préoccupée par les risques liés à la conduite de ces engins. En février dernier, elle a ainsi dévoilé des stages spécifiques, déclinés en deux formules : 125 cm³ sur site, pour améliorer la maîtrise du véhicule et prendre conscience des risques que comporte le déplacement en 2 roues ; 125 cm³ en circulation, pour mieux appréhender les pièges en circulation. Outre son adhésion renouvelée à la Charte Européenne de la Sécurité Routière, la Matmut s'est à nouveau associée à GEMA Prévention pour la promotion de l'opération Mixta-route. Il s'agit d'un dispositif interactif de sensibilisation des jeunes de 15/25 ans aux risques de la route. Du reste, l'assureur s'investit dans de multiples actions de proximité. Cela a été le cas lors du Mondial de l'Automobile de Paris en 2012. Durant cet événement, elle a diffusé des conseils et des outils pédagogiques sur différents thèmes fondamentaux pour la sécurité des usagers de la route : « le pneumatique », « les équipements indispensables » ou encore « les panneaux de signalisation expliqués aux enfants ».

Sofinco se lance dans la garantie chauffage

A travers la solution Chauff'assist, Sofinco, la marque de Crédit Agricole Consumer Finance, met à la disposition de ses partenaires distributeurs d'énergie et installateurs de chaudières agréés une nouvelle assurance garantissant une assistance 24h/24 et 7j/7 en cas de panne de chaudière. Cette assurance complète l'offre de financement de Sofinco sur le marché de l'habitat.

Chauff'assist est une nouvelle garantie qui intervient en cas de panne de la chaudière entraînant une privation de chauffage ou d'eau chaude. Face à un tel dommage, l'assuré bénéficie de l'intervention d'un technicien dans les 24 heures, à tout moment, et dispense le souscripteur de l'avance de frais, en assurant la prise en charge complète à concurrence de 500 euros TTC par an. Cette assurance peut être souscrite quelle que soit la marque de chaudière, celle-ci utilisant le combustible fioul ou gaz. Selon Giovanni Lanza, responsable de Marché Grande Distribution de Sofinco, « ... *Chauff'assist est une offre des plus complètes du marché grâce aux garanties et aux prestations proposées, à son prix mais aussi à sa simplicité de souscription ; Chauff'assist est en*

effet déconnectée du financement. C'est un produit très bien accueilli par nos partenaires distributeurs d'énergies. » Si l'intervention rapide d'un technicien est nécessaire en cas de panne de chauffage, les pièces nécessaires à la réparation de la chaudière ne sont pas toujours disponibles rapidement. Pour éviter de laisser ses assurés dans le froid, Sofinco leur propose une nuit d'hôtel à hauteur de 80 euros par personne, en cas d'impossibilité de réparation dans la journée.

3.2 Offre Produits/Services sur Internet

SFR Business Team dévoile « E-velop by SFR »

L'opérateur vient d'annoncer sa solution dédiée à l'envoi de courriers recommandée en toute sécurité et en toute légalité.

SFR Business Team vient de lancer « E-velop by SFR », son offre de lettre recommandée électronique légale et sécurisée. Cette solution a la particularité d'être exploitable à la demande et facturée à l'usage. En fait, elle s'appuie sur le modèle économique du SaaS (Software as a Service) : consommation et facturation à l'usage des applications jusqu'alors hébergées dans les serveurs de l'entreprise. E-velop by SFR s'appuie sur l'expertise de SFR Business Team dans le Cloud et sur ses infrastructures performantes et sécurisées. Elle capitalise également sur la plateforme applicative de Document Channel. Pour Alain Delgrande, directeur Général de ce pôle numérique d'Arvato, « *E-velop by SFR permet d'envoyer un recommandé électronique avec la même valeur juridique que sa version papier. Cette solution a été conçue pour apporter aux entreprises simplicité, rapidité et économie. Le courrier peut être envoyé en 45 secondes depuis tous les types de terminaux : PC, tablette, Smartphone* ». La solution est fournie avec tous les certificats de preuve

(envoi, réception, lecture, acceptation, etc.). SFR garantit l'intégrité de son contenu, sa traçabilité et son archivage à long terme dans un coffre-fort numérique. Proposé sur la base d'un modèle tarifaire à la pièce ou par lots, « E-velop by SFR » introduit la possibilité de réduire d'au moins 30 % les dépenses liées au courrier et à l'archivage. Sur ce marché, SFR Business Team aura fort à faire avec la concurrence de deux géants du courrier déjà présents sur ce créneau. Maileva et La Poste proposent déjà une telle prestation. Les uns et les autres disposent d'une qualité technique reconnue y compris dans le domaine des services managés. Le prix et la qualité de service seront certainement des facteurs différenciants.



3.3 Communication

Allianz France, partenaire de la troisième édition des 10km L'Equipe Paris

La filiale française de l'assureur européen est mobilisée comme partenaire de cet événement sportif qui se déroulera le 23 juin 2013. L'occasion pour près de 20 000 coureurs de s'engager sur un nouveau parcours au départ de Chatelet.

Allianz et le sport, c'est une synergie qui date déjà. Et des engagements forts parmi lesquels le fameux stade Allianz Arena. En France, c'est notamment son engagement comme partenaire de la troisième édition des 10km L'Equipe Paris. Parmi les près de 20 000 « Runners » engagés, une centaine de ses salariés courront sous les couleurs Allianz. Pour eux, il s'agira de tenter de remporter le challenge entreprises. Une course



qui fait partie des treize challenges du « Défi Running Allianz 2013 », sélectionnés pour leur originalité, leur complémentarité et leur qualité d'organisation. Pour mémoire, Le Défi Running Allianz a été créé en 2012. Il s'agit, en France, d'un challenge de huit épreuves réparties sur l'ensemble de l'Hexagone, de Lille à Marseille et de la Bretagne à l'Alsace en passant

par Lyon et Paris. A l'arrivée, les deux meilleurs coureurs (homme et femme) de chaque catégorie, 10 km et semi-marathon, se verront offrir par Allianz le sésame leur permettant de participer à des courses mythiques en 2014 : semi-marathon et marathon de New York, marathon de Berlin et semi-marathon d'Amsterdam. Pour Allianz, un des principaux acteurs de la protection sociale, l'engagement auprès des Runners, et des sportifs en général, permet d'illustrer son implication

dans la prévention des risques santé et dans le soutien à la recherche médicale.

La Carac lance un guide pratique pour bien épargner

Mutuelle d'épargne, la Carac vient de concevoir un guide présentant sept conseils pour bien épargner. Un précis pratique et pédagogique qui a vocation à aider les épargnants à optimiser leur bas de laine ou à en constituer un, pour ceux qui n'en ont pas.

Comment aider les épargnants à mettre au point une épargne et à ceux qui en ont une à l'optimiser ? La Carac a décidé de jouer les pédagogues par ces temps où le consommateur ne sait plus à quel saint se vouer pour économiser. Le moyen utilisé intervient sous la forme d'un guide pratique assorti de sept conseils. Ce support revient sur certains fondamentaux permettant de voir plus clair dans le domaine de l'épargne. Il présente quelques notions-clés sur l'épargne et ses différentes formes, brosse un panorama des différents types de placements existants avec les avantages de chacun d'eux, met en avant trois erreurs à éviter et sept conseils de choix pour bien économiser. Ce guide s'adresse à la fois aux épargnants avertis comme à ceux qui débutent. Aux premiers il propose un éclairage leur permettant de mieux diversifier et optimiser leur capital ; aux se-

conds, il apporte une aide dans la constitution de leur épargne. Toutefois, la Carac prévient que cet ouvrage « *ne saurait se substituer aux conseils d'un expert averti qui saura accompagner chacun dans la mise en place d'une stratégie d'épargne adaptée* ». Il reste cependant un outil supplémentaire indispensable pour aider les épargnants à opérer des choix pertinents dans leurs placements financiers. Ce guide est envoyé gracieusement à tout souscripteur à la Newsletter de la Carac et disponible gratuitement dans toutes les agences de cette mutuelle spécialisée.

3.4 Études Marketing

41 % d'assurés moto feraient davantage confiance à un spécialiste.

C'est, en tout cas, l'un des enseignements du baromètre BVA 2013* auprès des possesseurs de 2-roues. Cette étude place également AMV en tête du top of mind de son indicateur notoriété.

L'enquête de BVA apporte différents éclairages parmi lesquels les détenteurs de deux roues affichent une nette préférence pour les assureurs spécialistes (41 %) contre 18 % aux porteurs de risques généralistes. Parallèlement, cette étude place AMV en tête du top of mind de son indicateur de notoriété avec un taux de 17 %. AXA Club 14 arrive en deuxième position avec 13 %. Quant à la Macif et la Mutuelle des Motards, ils obtiennent chacun 12 % devant Maaf avec 10 %. Le baromètre de BVA s'est ensuite appesanti sur l'image que les possesseurs de 2-roues ont des porteurs de risques. 87 % d'entre eux reconnaissent AMV comme un spécialiste de l'assurance 2-roues. Et 85 % des possesseurs de ces engins interrogés ont une bonne image de cet acteur qui inspire confiance à 86 % des interrogés. D'autre part, AMV affiche un niveau élevé de recommandation auprès de ses clients, qui lui attribuent une note de 8,5 sur 10 (sur leur intention de recommander AMV). Selon Agnès Rouvière, directrice commerciale d'AMV, « ... nous plaçons la satisfaction de nos assurés au cœur de nos préoccupations et de nos organisations et prenons vis-à-vis d'eux des engagements forts de qualité comme : la formation

des conseillers clients spécialistes de l'assurance pendant 18 mois, le traitement de tous leurs courriers dans les 24H, la prise en charge intégrale, en cas de sinistre, du dossier par un conseiller unique avec une ligne téléphonique dédiée, le remboursement des sinistres dans les 48H dès que le dossier est complet, ou l'absence d'avance de frais en cas de réparation après accord entre AMV et le concessionnaire. » Au-delà de ces résultats, le marché du 2 roues reste dominé par les motocyclettes. Les derniers chiffres en date publiés par la FFSA le 11 juin dernier montrent un segment qui totalise 4,2 millions d'engins représentant 8,5% de l'ensemble des véhicules assurés. Ce parc se décompose en 46 % de motocyclettes, 29 % de cyclomoteurs, et 25 % de motocyclettes légères.

*Ce baromètre d'image a été réalisé auprès d'un échantillon de 1250 possesseurs de 2-roues motorisés (125 cm3 et plus) âgés de 16 ans et plus.

4

SYSTEMES D'INFORMATION

4.1 Internet / Multimédia

Experian lance un outil pour lutter contre l'usurpation d'identité et le vol de données personnelles

En France, le fournisseur de technologies vient de dévoiler sa nouvelle solution d'alerte et de surveillance contre la diffusion des données personnelles sur Internet. Baptisé DataPatrol, ce service devrait contribuer à sécuriser les transactions de e-commerce à l'heure où la cybercriminalité ne cesse de s'illustrer à travers des cas toujours plus inquiétants mettant à mal les données à caractère personnel.

Innovation. Au moment où la protection des données personnelles devient un enjeu de taille pour l'écosystème Internet, Experian annonce le lancement en France de sa solution DataPatrol. Sa vocation: permettre aux internautes de mettre sous surveillance leurs données personnelles et de prévenir les risques



d'utilisation malveillante de ces dernières. La cible du fournisseur est bien identifiée : les institutions bancaires, les établissements financiers, les compagnies d'assurance et les e-commerçants. Tous ont ainsi désormais la possibilité de compléter leur offre de service afin de protéger leurs clients souhaitant être rassurés sur le devenir de leurs informations confidentielles. On le sait, ces dernières constituent une des préoccupations majeures des internautes. Comme l'a démontré une étude d'Experian (Portrait des Consommateurs Cross-Canal en 2013, enquête sur 8000 répondants), la sécurité des données sur Internet est un enjeu de taille et de ce point de vue, 60 % des individus considèrent aujourd'hui que le manque de confidentialité sur leurs données personnelles représente un frein à leurs achats en ligne. Dans le même temps, 64 % estiment que la non-optimisation d'un site en termes de sécurité de paiement les dissuade également d'acheter sur Internet. Ils redoutent tout particulièrement le piratage de compte, le vol de numéro de carte bancaire et l'usurpation d'identité sachant que tous ces méfaits peuvent causer de graves préjudices. En réponse à ce risque, DataPatrol

propose de surveiller au plus près les transactions Web, les réseaux sociaux et le trafic illégal de données pour détecter immédiatement la perte, le vol ou la révélation accidentelle d'informations personnelles des utilisateurs et vérifier si des hackers ont ciblé les comptes Web d'utilisateurs (email, réseaux sociaux, Paypal, etc.). Pour chacun de ses

abonnés, DataPatrol surveille différentes informations sensibles. Il s'agit des données personnelles (nom d'utilisateur, permis de conduire, numéro de passeport, numéro de carte d'identité), financières (questions de sécurité, numéros de comptes, cartes de crédit), de contact (adresse postale, adresse email, numéro de téléphone, carnet d'adresse électronique). A cela s'ajoute d'autres éléments comme les photos, le courriel et les autres contenus d'un téléphone. En cas d'identification d'une utilisation frauduleuse d'une information, DataPatrol émet une alerte par email ou SMS directement à l'utilisateur. Un service client dédié est alors à même de lui apporter une aide et des conseils adaptés. Enfin, DataPatrol fournit régulièrement à ses utilisateurs des conseils sur la façon de rester prudent sur le Web et d'éviter de devenir la victime d'une fraude en ligne. En fait, DataPatrol fait partie de la nouvelle génération d'outils lancés pour protéger les données à caractère personnel sur le Web à un moment où bon nombre d'internautes oublient de protéger leur identité numérique, ne serait-ce qu'à partir de simples précautions comme le propose le précis d'AXA France sur le bon sens numérique.

Le Crédit Agricole d'Ile-de-France ouvre sa page Facebook

Le Crédit Agricole d'Ile-de-France se lance sur les réseaux sociaux avec une page Facebook : « Des initiatives proches de vous ». Une application qui devrait permettre aux franciliens de partager et de proposer des initiatives solidaires sur leur territoire.

Déclinaison de sa stratégie de proximité à l'heure du digital, le Crédit Agricole d'Ile-de-France vient de déployer l'application « Des initiatives proches de vous » dans un environnement Facebook. Selon Guy Poyen, Directeur du Marketing et de la Communication de cette structure, « *le Crédit Agricole d'Ile-de-France entretient au quotidien une relation de proximité avec ses clients et son territoire. Désireux d'aller encore plus loin dans l'expression de son ancrage territorial et de son engagement sociétal, il met aujourd'hui à l'honneur les initiatives utiles et encore méconnues dont regorge l'Ile-de-France. Valoriser les franciliens qui s'impliquent au quotidien, c'est aider à construire un environnement plus humain.* » La page Facebook conçue se positionne comme une plateforme d'échanges. Sa vocation affichée : faciliter la vie des franciliens et enrichir la nouvelle relation Client du Crédit Agricole d'Ile-de-France. De ce point de vue, elle s'inscrit dans sa stratégie multicanale. Les initiatives retenues seront mises en avant sur les réseaux sociaux et disposeront d'une visibilité accrue grâce à un plan media et des posts sur la page Facebook du Crédit Agricole d'Ile-de-France. Quid des catégories retenues pour ces initiatives ? Elles couvrent une large palette de talents franciliens

dans les domaines de l'artisanat, la cuisine, la culture, la famille, le high-tech, des sports, etc. Toutes les semaines, un système de vote permettra d'élire le « coup de cœur du public » et ainsi de découvrir des actions qui dynamisent la région. Conduite dans un groupe bancaire qui dispose en son sein des structures de bancassurance (Predica et Pacifica principalement), cette opération vient montrer comment le digital offre désormais la possibilité aux acteurs du secteur de se positionner très rapidement sur le Web sachant que les jeux ont pour rôle de créer une dynamique autour de la marque et de générer du trafic Web source de rayonnement. De telles opérations sont également conduites à la Macif, chez MMA et d'autres porteurs de risques. En fait, les réseaux sociaux commencent à se généraliser dans le monde bancaire et celui de l'assurance. Pour une fois, il n'est pas dit que les bancassureurs gagnent ce nouveau défi technologique. Les assureurs ont certainement leur mot à dire.

5 CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.1 Synthèse des marchés européens

Le marché du crédit à la consommation en Europe valorisé à 1 056 Mds€ en 2012

La sixième étude annuelle de Crédit Agricole Consumer Finance sur l'état du marché du crédit à la consommation dans les 27 pays de l'Union européenne valorise ce segment à 1 056 Mds€ en 2012.

En affichant un montant d'encours de 1 056 Mds€ à fin 2012, l'Union européenne pèse près du quart du marché mondial du crédit à la consommation. Pour autant, cet encours reste inégalement réparti sur le territoire européen. Ainsi cinq pays (Royaume-Uni, Allemagne, France, Italie et Espagne) totalisent plus de 76 % des encours totaux et représentent 63 % de la population de l'Union européenne. Les résultats de cette enquête font également émerger trois grandes zones géographiques : l'Europe du Nord (1) avec 58 % des encours totaux (41 % de la population de l'UE) ; l'Europe du Sud (2) (dont la France) avec 35 % des encours totaux (39% de la population) ; et l'Europe de l'Est (3) avec 7 % des encours totaux (20 % de la population). Si l'on s'en tient aux données de cette enquête, sur les quatre dernières années, le marché du crédit à la consommation en Europe a dévissé de -8,8 %. Soit une baisse de plus de 100 milliards d'euros des encours totaux de crédits à la consommation dans l'Union européenne entre fin 2008 (1 158 milliards d'euros (4)) et fin 2012. D'autre part, cette tendance à la baisse du marché du crédit à la consommation en Europe s'est poursuivie en 2012, pour la quatrième année consécutive. Les encours ont ainsi diminué de -1,9 % entre fin 2011 et fin 2012. Dans cette orientation à la baisse, toutes les régions sont concernées : Europe de l'Est (-4,4 %) ; Europe du Sud (-3,2 %) ; Europe du Nord (-0,8 %). Derrières ces données globales, se confinent des évolutions disparates. Certains marchés ont accusé une forte baisse des encours comme l'Irlande (-14,5 %) et le Portugal (-12,7 %) Dans le même temps, d'autres ont résisté. Sur l'ensemble des 27 pays de l'Union européenne, six pays connaissent une évolution positive : Slovaquie (+10,1 %), Finlande (+3,5 %),

Estonie (+1,5 %), Suède (+1,4 %), Allemagne (+0,8 %) et Belgique (+0,5 %).

Quid de l'encours moyen par habitant à la fin 2012 constaté au sein de l'Union européenne ? Il s'élevait à 2 094 euros, en chute de -2,2 % par rapport à 2011 (2 141 euros). Une régression observée dans presque tous les pays européens. Cependant, les disparités sont fortes au sein de l'Union européenne, le niveau d'encours par tête variant de 186 euros en Lituanie à 3 984 euros au Royaume-Uni.



Enfin, le ratio des encours de crédits rapportés à la consommation totale annuelle des ménages introduit une explication sur la pénétration réelle du crédit au regard de la consommation. Les encours à fin 2012 représentaient 14,4 % de la consommation annuelle totale des ménages dans l'UE-27, contre 15,0 % en 2011.

(1)Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Finlande, Irlande, Luxembourg, Pays Bas, Royaume Uni, Suède. (2) Chypre, Espagne, France, Grèce, Italie, Malte, Portugal. (3) Bulgarie, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Slovaquie, Slovénie (4)Donnée actualisée au taux de change moyen 2012

Un Observatoire citoyen des restes à charge en santé voit le jour

Le Collectif inter-associatif sur la santé (CISS), 60 millions de consommateurs et Santéclair viennent de lancer un observatoire citoyen sur les restes à charge (RAC).

Le Collectif interassociatif sur la santé (CISS), le magazine 60 millions de consommateurs et Santéclair viennent de lancer un observatoire citoyen des restes à charge en santé. Il s'agit d'un véritable instrument de mesure de ce RAC à l'heure où la dérive des dépenses de santé et le désengagement de l'Assurance maladie font peser des charges de plus en plus lourdes sur le budget des consommateurs. L'Etat se désengage progressivement de la Sécurité sociale, laissant ainsi une grande partie des charges à la famille complémentaire, qui rembourse ses clients en fonction de leurs garanties. Si certains n'ont carrément plus les moyens de se soigner malgré le vote de l'article 1 de l'ANI sachant qu'ils ne travaillent pas, les autres voient leur reste à charge augmenter sans cesse. Comment l'évaluer et le contrôler ? Le CISS, 60 millions de consommateurs et Santéclair ont décidé de mettre sur pied l'observatoire citoyen des restes à charge en santé. Cet outil permet de scruter la dérive des dépenses de santé. D'ores et déjà, les premières données de cet Observatoire font émerger différents enseignements. Ainsi, 70 % des assurés ayant consommé des soins en 2008 ont un reste à charge de 500 euros maximum (à peu près 40 euros par mois) ; 20 % des assurés doivent financer des restes à charge élevés, entre 500 euros et 1000 euros ; 10 % ont un RAC « tout à fait substantiel » supérieur à 1 000 euros par an ; enfin, 5 % des assurés voient ce reste à charge dépasser 1500 euros. Pire, 1 % des patients, non bénéficiaires de la CMU complémentaire, se voit obligé de s'acquitter d'un montant pouvant être « supérieur à 3000 euros par an ». Quid de l'année 2012 ? Les Français ont versé 40 milliards d'euros aux professionnels de santé libéraux,

toutes professions confondues. 13 milliards d'euros de cette dépense ont constitué des RAC pour les patients ou leur assurance complémentaire. 7 milliards d'euros sont imputables aux dépassements. Pour alimenter l'observatoire des restes à charge en santé, ses auteurs comptent sur différentes sources d'information complémentaires. Un exemple, en tant que membre de l'Institut des Données de Santé (IDS), le CISS a ainsi accès à ses bases. Cet accès aux données de santé anonymes, notamment celles du SNIIRAM (Système national d'information interrégimes de l'assurance maladie), que permet l'IDS à ses membres et dont dispose donc le CISS constitue la première source d'information sollicitée dans le cadre de cet Observatoire. Du reste, cet outil a mis en exergue les dépassements d'honoraires médicaux, qui constituent un point critique pour l'accès aux soins identifié depuis plusieurs années par tous les acteurs du système de santé. « *Leurs conséquences délétères sur les modalités du recours aux soins sont multiples, et il est donc important d'être en mesure de les surveiller. Un contexte qui fait des dépassements d'honoraires l'un des enjeux prioritaires sur lesquels l'on doit se pencher lorsqu'on s'intéresse aux restes à charge du point de vue des usagers* », indiquent les trois partenaires. Enfin, se penchant sur les dépassements d'honoraires des médecins spécialistes, l'Observatoire a constaté que ceux-ci ont enregistré une flambée de 9 % en deux ans et s'élèvent à 2,158 milliards d'euros en 2012.

6

NOMINATIONS

5.1 Nominations

FFSA : Matthieu Bébéar à la présidence de la Commission de la distribution

La commission exécutive de la FFSA a nommé Matthieu Bébéar à la présidence de sa Commission de la distribution. Cette désignation est intervenue le 21 mai 2013, sur proposition conjointe de Bernard Spitz, Thierry Martel et Claude Tendil.

Matthieu Bébéar a été désigné à la tête de la Commission de la distribution de la FFSA. Une nomination qui intervient sur proposition conjointe de Bernard Spitz, président de la Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA), de Thierry Martel, président de la Fédération française des sociétés d'assurance mutuelle (FFSAM) et de Claude Tendil, président de la Fédération française des sociétés anonymes d'assurance (FFSAA). Agé de 44 ans, Matthieu Bébéar, est directeur général adjoint d'Axa Particuliers Professionnels. Il est diplômé de l'Institut supérieur de gestion (ISG). En 2004, il rejoint le groupe Ucar, réseau de location automobile, en tant que directeur général en

charge du développement commercial. De 2007 à 2010 il exerce différentes fonctions au sein d'Axa France : il est notamment directeur commercial et directeur de la distribution et du développement d'Axa Entreprises. En 2010, il est nommé directeur général de la région Nord-Est d'Axa Particuliers Professionnels et devient, en octobre 2012, directeur général adjoint d'Axa Particuliers Professionnels.

Hiscox : Florence Tondu-Mélique devient Directeur des Opérations pour l'Europe

L'assureur vient d'annoncer la nomination de Florence Tondu-Mélique au poste de Directeur des Opérations pour l'Europe. A partir de Paris où elle est installée, elle supervisera les activités des dix bureaux européens de l'assureur en France, en Allemagne, en Espagne, au Portugal, aux Pays-Bas et en Belgique.

En prenant les rênes de la direction des opérations de l'assureur Hiscox pour l'Europe, Florence Tondu-Mélique intègre le Comité de direction et le Comité Exécutif d'Hiscox Europe. Selon Michael Gould, Group Chief Operating Officer de Hiscox, « *l'énergie considérable de Florence, son expérience et son sens des affaires en font une recrue naturelle pour Hiscox et sa nomination nous permettra de renforcer l'équipe existante.* » Pierre-Olivier Desaulle, Directeur Général Hiscox Europe, renchérit : « *[Florence Tondu-Mélique] aura un rôle-clé, non seulement pour conduire la croissance de nos activités européennes mais également pour garantir une expérience client haut de gamme, identique dans tous les pays.* » Avant de rejoindre Hiscox, Florence Tondu-Mélique avait exercé pendant six ans chez AXA, en qualité de Directeur de Cabinet auprès du Directeur Général d'AXA Investment Managers et plus récem-

ment comme Directeur en charge du Marketing et de la Communication à l'échelle internationale chez AXA Real Estate. Elle était également membre du Comité Exécutif. Auparavant, elle avait travaillé, pendant sept ans chez McKinsey&Company au sein de la Practice Services Financiers. Elle est diplômée du MBA de la Harvard Business School et de l'école HEC. Selon elle, « *le contexte actuel est particulièrement intéressant tant pour l'industrie de l'assurance dans son ensemble que pour Hiscox. Je suis impatiente d'aller à la rencontre des équipes et d'appréhender plus en profondeur nos métiers pour contribuer à la réalisation de nos ambitions en termes de croissance.* »

Néoliane Santé & Prévoyance annonce l'arrivée d'Alexis LANOY dans ses équipes

Depuis le 3 Juin 2013, Alexis LANOY a intégré Néoliane Santé & Prévoyance au poste de Responsable Réseau Ile de France et région Nord. En recrutant Alexis LANOY à cette fonction, le groupe ses équipes pour mieux se développer.

Alexis LANOY travaille sous la responsabilité de Gilles Mariau, nommé Directeur Commercial au mois d'avril dernier. Cet expert du réseau de courtage de proximité dispose d'une expérience riche de 15 années dans l'assurance dont les 7 dernières passées chez April. Au sein de ce courtier grossiste, il avait occupé les fonctions de Délégué Régional spécialisé en santé individuelle puis de Responsable de la délégation commerciale France Nord jusqu'à sa nouvelle nomination au sein de Néoliane. Après avoir étoffé son capital financier, le groupe poursuit son développement en renforçant sa direction

commerciale pour mieux se développer. La filiale grossiste du Groupe Santiane nourrit de grandes ambitions dans le courtage. Elle entend proposer à son réseau de partenaires un maximum de produits et services adaptés à leurs besoins pour les soutenir dans leur action au quotidien.

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

23 rue du Départ - 75014 Paris
Tél : 09.50.81.21.86

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

Secrétariat de rédaction:
Bruno Fontela - bfontela@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