



## DECRYPTAGE

Enquête :

**Le web-acheteur à la recherche de sa couronne**

PAGE 6

## L'essentiel de la semaine

### Stratégie - page 9

BearingPoint Institute : les assureurs pourraient financer la dette d'infrastructure

### Distribution - page 15

Google sort du marché de la comparaison en France

### Stratégie - page 11

Cession de Fortis : BNP PARIBAS et le gouvernement belge trouvent un accord

### Conjoncture - page 17

Marisol Touraine annonce un nouveau Plan Alzheimer

### Marketing - page 12

Allianz Assurance Emprunteur à la conquête du marché

### Conjoncture - page 18

Assurance vie : le contrat Euro-croissance dans les tuyaux

# 1

## L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

### **BearingPoint Institute : les assureurs pourraient financer la dette d'infrastructure**

Au plus bas depuis huit ans, le financement de la dette d'infrastructure, qui ne bénéficie plus de l'apport de l'Etat et des banques en termes d'investissements, pourrait-il rebondir ? Une étude réalisée par BearingPoint montre que 75 % des assureurs seraient tentés par ce marché.

*(Lire page 9)*

### **Cession de Fortis : BNP PARIBAS et le gouvernement belge trouvent un accord**

Le groupe bancaire européen et le gouvernement belge annoncent avoir trouvé un accord sur la cession au premier de la participation de 25 % du capital de l'Etat belge dans BNP Paribas Fortis. Montant de l'opération : 3,25 milliards d'euros.

*(Lire page 11)*

### **Allianz Assurance Emprunteur à la conquête du marché**

Allianz France a déployé une offre souple d'assurance emprunteur qui s'adapte aux besoins de chaque demandeur d'un prêt. Pour être réactif et se différencier sur ce marché fort concurrentiel, l'assureur a décidé d'innover en termes d'acceptation médicale en mettant en place une plate-forme dédiée.

*(Lire page 12)*

### **Google sort du marché de la comparaison en France**

Il est arrivé tambour battant sur le marché des comparateurs français d'assurance du particulier. Et repart sur la pointe des pieds. Le géant du marché des moteurs de recherche vient de tirer sa révérence, prouvant ainsi que la France n'est pas le Royaume-Uni. Mais il n'a pas dit son dernier mot.

*(Lire page 15)*

### **Marisol Touraine annonce un nouveau Plan Alzheimer**

La ministre de la Santé devrait présenter rapidement un nouveau plan portant sur cette pathologie. Il sera élargi aux autres maladies neurodégénératives et accordera une large place aux aidants.

*(Lire page 17)*

### **Assurance vie : le contrat Euro-croissance dans les tuyaux**

Dans la foulée de la grogne généralisée sur la hausse des prélèvements sociaux qui devaient frapper l'épargne, le gouvernement avait promis d'intégrer le nouveau contrat « Euro-croissance » dans le projet de loi de finance rectificative pour 2013. Cet engagement est acté ce 13 novembre.

*(Lire page 18)*

# SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Distribution | page 6

**Le web-acheteur à la recherche de sa couronne**

## 1 L'EDITO DE LA SEMAINE

Vieillesse et conduite, un binôme explosif ?..... 5

## 2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

**2.1 Stratégie** ..... 9

BearingPoint Institute : les assureurs pourraient financer la dette d'infrastructure..... 9

**2.2 Fusions - Acquisitions** ..... 11

Cession de Fortis : BNP PARIBAS et le gouvernement belge trouvent un accord..... 11

## 3 MARKETING

**3.1 Innovations Produits/Service** ..... 12

Allianz Assurance Emprunteur à la conquête du marché ..... 12

**3.2 Communication**..... 13

O2M devient SPB Services..... 13

## 4 SYSTEMES D'INFORMATION

**4.1 Logiciels & applications**..... 14

M.O.A. lance deux nouveaux modules..... 14

## 5 Distribution

**5.1 Nouveaux compétiteurs**..... 15

Google sort du marché de la comparaison en France..... 15

## 6 CONJONCTURE ECONOMIQUE ET SOCIALE

**6.1 Santé** ..... 16

Les clauses de désignation une nouvelle fois retoquées ..... 16

Marisol Touraine annonce un nouveau Plan Alzheimer ..... 17

**6.2 Épargne / Retraite / Prévoyance** ..... 18

Assurance vie : le contrat Euro-croissance dans les tuyaux..... 18

<b>7.1 Nominations</b> .....	<b>19</b>
Yann Abitbol devient directeur général de SPB Services .....	19

# L'EDITO DE LA SEMAINE

Par Emmanuel Mayega

## Vieillesse et conduite, un binôme explosif ?



**Notre société est en passe de basculer dans la Silver économie. Les moins jeunes sont de plus en plus nombreux et actifs. Pourtant, beaucoup aimeraient les priver de certains de leurs droits. Du fait d'une prétendue sénilité généralisée à partir d'un certain âge.**

Qu'on se le dise! Progrès de la médecine oblige, nous allons de plus en plus cohabiter avec les moins jeunes. Tout comme nous n'avons pas le choix, face à la génération dite Y. Le comprendre et l'accepter devraient conditionner notre jugement, notamment vis-à-vis de nos parents. Malgré leur âge avancé, ils restent désormais beaux, en pleine forme et de bonne humeur. Tant mieux, devrait-on dire. Pourtant, dès que quelqu'un de leur... tribu commet une bévue sur la route, toute la communauté en prend pour son grade. Trop dangereux ! Sénescence. Et j'en passe. Avoir un âge avancé signifierait-il la fin de la lucidité ? Avec l'âge, j'ai appris qu'une critique prononcée contre une communauté souffrait toujours d'un manque de lucidité. De ce point de vue, mettre tous les très moins jeunes dans le même wagon relèverait tout simplement de l'aberration. Il y a certes des personnes âgées qui prennent régulièrement les autoroutes en sens inverse, mettant la vie des conducteurs en danger. Est-ce pour autant qu'il faille jeter l'opprobre sur tous ces braves citoyens ? Que dire des autres populations qui, du fait de l'alcool et des « stup », pour ne citer que ces vices qui touchent également certains âgés, reconnaissons-le, mettent la vie d'autrui en danger ? Sans parler de ceux qui ne respectent tout simplement pas le code de la route ? A-t-on entendu des voix s'élever contre ces malfrats ? Pourtant, ils sont d'autant plus condamnables qu'ils n'ont aucune circonstance atténuante. Quel sort réserve-t-on à ces jeunes conducteurs confrontés à l'alcoolisme et qui conduisent librement sur nos routes ? Le commun des mortels ne demande point une interdiction pure et simple de conduire pour cette population. Comment expliquer une telle

inégalité de traitement ? Les associations de seniors ne l'entendent pas de cette oreille, qui demandent à être logés à la même enseigne que les autres catégories. Après tout, ils ont les mêmes droits que les autres citoyens. Ce qui paraît normal.

Par ces moments de montée en puissance de propos discriminatoires pour le moins faciles et honteux, il est temps de faire l'économie d'un tel simplisme. Nous sommes les premiers à dénoncer le communautarisme et occupons le même rang quand il s'agit de mettre à l'index une catégorie de la population donnée. Ces petites discriminations finissent par passer inaperçues. Et deviennent même banales. Comme l'avait chanté feu Georges Moustaki, on s'indigne (parfois), on se plaint, on ferme ensuite le journal et puis on finit par trouver tout cela normal. Dans le cas moins dramatique des plus âgés montrés du doigt sur la route, organisons un débat national ; s'il faut leur imposer un contrôle médical (un vrai, sans complaisance) à partir d'un certain âge, allons-y, pour une telle pratique. En vertu de quoi ces hommes qui paient leur assurance auto comme tout le monde seraient-ils vilipendés gratuitement alors même que des délinquants routiers, on en trouve à toutes les tranches d'âges de notre société. Aux mêmes causes, appliquons les mêmes effets. Aux plus âgés dangereux sur la route, la Nation punissante ; le même traitement s'impose aux autres catégories de la société. N'en déplaise aux adeptes de la discrimination. Pour autant, rien ne dit qu'ils appliquent leur abjection à tous les domaines. Quoi que !

EMMANUEL MAYEGA  
Rédacteur en chef

# DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

## Le web-acheteur à la recherche de sa couronne

Dans son étude mondiale sur le e-commerce, troisième du genre, PwC scrute les usages des Web-acheteurs dans le monde. Un exercice qui a permis de constater que la France fait toujours pâle figure dans ce domaine. Le nombre de e-acheteurs est en baisse dans l'Hexagone là où Britanniques et Chinois s'illustrent par leur engouement pour les achats en ligne. Coup de projecteur sur ce baromètre qui reflète également les conditions économiques des pays passés au crible.

ANALYSE PAR EMMANUEL MAYEGA

Après des années de balbutiement, le commerce électronique semble avoir trouvé ses marques dans le paysage économique mondial. L'enquête conduite par le cabinet d'audit et de conseil PwC confirme cette tendance à l'expansion de cette nouvelle approche marchande fondée sur des transactions dématérialisées avec, à la clé, la mise à contribution de plus en plus prononcée de tablettes et Smartphones. Ainsi, selon cette enquête, plus de 40 % des transactions de Web-achats ont été effectués sur ces deux composants.

Au-delà de ces constats généraux, l'analyse de chaque pays permet de mettre en exergue, le comportement des ses cyber-acheteurs. Ainsi, l'année 2013 est marquée par une montée en puissance du volume de nouveaux cyber-clients au Moyen-Orient, en Turquie et en Inde. Ils enregistrent respectivement +45 %, +42% et +38% de nouveaux web-acheteurs en 2013. A contrario, la marge de progression des pays matures atteint un palier. Ainsi, en France, seuls 5 % des web-acheteurs ont réalisé leur premier achat il y a moins d'un an, contre 21 % en 2012. Le taux de recrutement baisse également légèrement en Chine, grand champion du e-commerce, passant de 12 % en 2012 à 10 % en 2013. Commentant ces résultats, Sabine Durand-Hayes, associée chez PwC et responsable du secteur Distribution & Biens de consommation a estimé que « *le e-commerce fait désormais partie des usages des Français. A présent, plus que recruter de nouveaux web-acheteurs, les enseignes et les Pure players doivent cibler leurs efforts pour augmenter la fréquence d'achat des Français, plus faible que celle des autres pays.* »

Sur la France, tout particulièrement, l'étude de PwC montre qu'elle se positionne au bas du classement en matière de fréquence d'achat en ligne ; elle est loin derrière les pays asiatiques, le Royaume-Uni, l'Allemagne, voire les Etats-Unis. Cette enquête révèle que 76 % des web-

acheteurs chinois achètent au moins une fois par semaine, contre 17 % des Français, 40 % des Britanniques et 36 % des allemands. Pire, cette fréquence d'achat a diminué par rapport à l'année dernière, sachant que 36 % des web-acheteurs français achètent en ligne tous les mois, contre 44 % en 2012.

En termes géographiques, quelle est la région ayant recruté le plus de Web-acheteurs ? Selon cette troisième enquête, la zone Nord Picardie est celle qui occupe la pôle-position avec 10 % de cyber-acheteurs ; quant à la pionnière en termes de e-commerce, en l'occurrence la Champagne Alsace, elle totalise 24 % des web-acheteurs ayant réalisé leur premier achat il y a 10 ans ou plus. Quid des Parisiens et de la région associée ? Ils sont une majorité à être adeptes du e-commerce depuis 5 à 9 ans.

### Quelles sont les attentes de ces acheteurs d'un genre nouveau ?

Pour les web-acheteurs, les prestations les plus importantes sont liées à l'offre et à la gratuité du service client. De ce point de vue, 80 % d'entre eux souhaitent bénéficier d'une livraison gratuite quand 53 % aimeraient profiter d'un retour gratuit. Enseignement surprenant, 49 % plébiscitent de pouvoir retourner leurs produits en magasin, là où 24 % sont sensibles à la possibilité de les retirer en boutique. Selon Anne-Lise Glauser, directrice Strategy chez PwC, « *le fait qu'un quart des web-acheteurs accordent une forte importance au retrait en magasin justifie les récentes politiques de « Click & Collect » de nombreuses en-*

seignes. En revanche, le retour en magasin est encore peu pris en compte par les enseignes pour l'instant, alors que nos chiffres révèlent qu'il existe une réelle attente. »

Dans leur volonté d'améliorer leur service client, plus d'une enseigne française a développé des services répondant à ces besoins : le Click & Collect permet au web-acheteur d'acheter en ligne, et de retirer le produit en magasin ; la consultation des stocks offre la possibilité de localiser les produits dans les différents points de vente en temps réel ; enfin, la réservation en ligne est encore peu disponible. Selon Anne-Lise Glauser, « les initiatives « web-to-store » se multiplient chez les enseignes, qui se positionnent comme de véritables acteurs multicanaux au service de leurs clients. Les pure players se développent également sur ce segment, même si leurs initiatives restent encore limitées. Mister Good Deal a par exemple mis en place 55 points Drive permettant le retrait des commandes en France. »

Quid du panier moyen, un indicateur important de l'e-commerce ? Son contenu varie qualitativement en fonction des pays : les Chinois le remplissent de prêt-à-porter là où les indiens le nantissent de bijoux et d'articles de sport, l'électronique pour les Brésiliens. Sur le Vieux continent, les achats en ligne portent avant tout sur les livres, la musique, l'électronique et le prêt à porter. Le cyber-acheteur français s'aligne sur ces habitudes d'achats.

Autre enseignement de cette troisième enquête de PwC, le prix devient le premier critère d'achat en ligne des Français en 2013 quand ils achètent en direct auprès des marques.

Cette enquête confirme la montée en puissance des Smartphones et des tablettes en 2013 dans les actes d'achats en ligne : 43 % des web-acheteurs mondiaux achètent sur Smartphone - contre 30 % en 2012-, et 41 % sur tablette, contre 28 % en 2012. En revanche, dans l'Hexagone, les web-acheteurs sont plus en retard sur ces canaux mais en forte progression également, car le pourcentage d'utilisateurs est passé de 16 % à 26 % pour les tablettes entre 2012 et 2013, et de 15 % à 25 % pour les Smartphones.

Quel est le premier frein à l'achat sur mobile en France comme ailleurs ? Il s'agit du manque d'accessibilité : 60 % n'utilisent pas ces appareils car ils n'ont pas les moyens techniques de le faire (possession de Smartphone, abonnement internet, connexion lente, accès wifi, etc.). Le confort suit (41 %) et la sécurité (40 %). Les jeunes s'inquiètent le plus de la sécurité des transactions au moment d'acheter via leur mobile (57 % des web-acheteurs français de 18-24 ans contre 30 % des plus de 55 ans).

A l'heure de la montée en puissance des réseaux sociaux quelle est leur place dans les achats en ligne ? Elle serait en progression dans le monde, à en croire les résultats de la troisième étude de PwC (30 % vs 24 % en 2012). Pour autant, elle reste limitée. Et, en général cette avancée relative est portée par des offres spéciales, des promotions ou des jeux concours.



Par ailleurs, les web-acheteurs font preuve d'un grand pragmatisme : en magasin, leur souhait est avant tout de pouvoir payer rapidement et de savoir où trouver un produit en rupture de stock. Si les initiatives digitales ne manquent pas (mur digital, vitrine interactive, mobilier intelligent, tablettes), leur efficacité commerciale reste parfois à démontrer. Selon Pascal Ansart, associé Strategy chez PwC : « La technologie au cœur du magasin reste pour l'instant assez anecdotique chez les enseignes, qui doivent repenser l'expérience client bien plus en amont. Si le digital est une vitrine pour l'image et la visibilité de la marque, les entreprises doivent la relier



à une véritable stratégie dans le parcours d'achat du client.»

Autre enseignement-clé : le nombre d'enseignes fréquentées en France par les web-acheteurs s'est réduit en 2013. D'après Sabine Durand-Hayes, « *cela signifie que les enseignes doivent vraiment se battre pour convaincre les web-acheteurs, car ceux-ci réduisent leur fréquentation à leurs seules enseignes favorites.* »

#### Methodologie

Cette enquête a été réalisée auprès de 15 000 Web-acheteurs de quinze pays dont la France.



# 2

## STRATÉGIE & ACTUALITÉ

### 2.1 Stratégie

#### BearingPoint Institute : les assureurs pourraient financer la dette d'infrastructure

Au plus bas depuis huit ans, le financement de la dette d'infrastructure, qui ne bénéficie plus de l'apport de l'Etat et des banques en termes d'investissements, pourrait-il rebondir ? Une étude réalisée par BearingPoint montre que 75 % des assureurs seraient tentés par ce marché.

Les assureurs vont-ils devenir les nouveaux banquiers appelés à financer les dépenses relatives aux infrastructures ? BearingPoint Institute a mené une enquête en la matière, en synergie avec l'Infrastructure Journal. Dans un contexte marqué par la montée en puissance du déficit de travaux publics la question se pose de savoir comment sera financé le marché européen des infrastructures ? Intitulé « Are Insurers the new Banks for infrastructure investments ? », le rapport publié par ce cabinet s'appuie sur des entretiens réalisés auprès de 55 banques, gestionnaires d'actifs et investisseurs institutionnels. Résultat, un paysage saisissant en termes d'enseignements. Ainsi, « le volume de projets financés en Europe est inférieur à ce qu'il était en 2005. 86 % des investisseurs font face à des banques qui refusent ou sont incapables de financer des projets à long-terme alors que les gouvernements ont été écartés par des mesures de réduction du déficit et l'instabilité de la zone euro.

Les compagnies d'assurance sont donc prêtes à fournir à leur place le financement de l'infrastructure nécessaire, mais pourquoi maintenant ? », s'interroge BearingPoint Institute. L'analyse de ce cabinet se veut précise : « Sur leurs investissements traditionnels, les assureurs ont leurs propres difficultés. Les classes d'actifs sur lesquelles ils s'appuyaient commencent à s'épuiser. Les obligations d'État, par exemple, ne rapportent plus que 1 à 2 %, avec des risques de défaillance accrus. Les infrastructures en tant que classe d'actifs offrent un rendement beaucoup plus élevé avec un risque faible, une forte résilience, des flux de trésorerie stables et un très bon rapport pour la durée des engagements rencontrés par l'assureur. En

fait, 90 % des répondants de l'enquête estiment ce flux de trésorerie stable, et le citent comme l'aspect le plus attrayant des investissements en infrastructures. Dans un tel contexte, pourquoi le financement de celles-ci par les assureurs ne prend-il pas plus d'ampleur aujourd'hui ?, s'interroge BearingPoint Institute. Pour plus de la moitié des porteurs de risques interrogés (56 % exactement), ils sont mal à l'aise à l'idée d'investir dans la phase de construction qui requiert un fort investissement

capitalistique ; en revanche, ils sont 60 % qui préfèrent intervenir et acheter de la dette, comme un investissement, au cours de la phase d'exploitation. Il est également intéressant de comparer la perception du risque des banques et des gestionnaires d'actifs par rapport aux assureurs et fonds de pension lors de l'évaluation de secteurs industriels spécifiques. Pour cette enquête, le premier choix (100 %) pour les banques reste les énergies

renouvelables, un secteur nouveau et plus risqué ; seulement 53 % des assureurs investissent actuellement dans ce domaine. Fort de ces enseignements, Bearingpoint Institute propose cinq stratégies pour une pénétration de marché avec un projet d'infrastructure : des joint-ventures entre les assureurs et les banques ; la banque en qualité de gestionnaire d'actifs, les assureurs en tant que fournisseurs du financement ; l'assureur en tant que gestionnaire d'actifs de la dette d'infrastructure ; des gestionnaires d'actifs indépendants offrant de la dette d'infrastructure au marché ; un investissement direct des assureurs. En guise d'explication de cette stratégie, Jean-Christophe Gaury, Associé et responsable



France du secteur Assurance de BearingPoint, déclare : “ Pour des gestionnaires d’actifs plus sensibilisés aux risques comme les assureurs, investir dans les infrastructures représente un saut dans l’inconnu. Il faudra un acte de foi de leur part, mais les bénéfices qui en résultent sont clairement identifiés. Si les questions de transparence, de liquidité et de solvabilité peuvent être surmontées, les investissements de la dette d’infrastructure présentent aujourd’hui un profil de risque et un rendement très attractifs pour les assureurs. Le carnet de commandes actuel fournit une occasion sans précédent d’intervenir et de bénéficier de l’espace laissé

par les banques et les gouvernements. Toutefois, il s’agit d’un environnement complexe qui nécessite une planification et une préparation minutieuses. La fortune sourit aux audacieux... C’est le moment pour les assureurs de venir à la rescousse du financement des infrastructures européennes ! «

## 2.2 Fusions - Acquisitions

### Cession de Fortis : BNP PARIBAS et le gouvernement belge trouvent un accord

**Le groupe bancaire européen et le gouvernement belge annoncent avoir trouvé un accord sur la cession au premier de la participation de 25 % du capital de l'Etat belge dans BNP Paribas Fortis. Montant de l'opération : 3,25 milliards d'euros.**

Dans un communiqué de presse, BNP Paribas et l'Etat belge indiquent avoir trouvé un accord sur la cession de BNP Paribas Fortis au groupe bancaire d'origine française. « Cette participation résultait des opérations réalisées en 2008-2009 dans le contexte de la situation financière dégradée de Fortis Bank Belgium, devenue BNP Paribas Fortis. A l'issue de ces opérations, l'Etat belge via la SFPI détenait 25 % de ses actions, les 75 % restants étant détenus par BNP Paribas », indique le communiqué. Dans la foulée de la cession réussie du portefeuille de crédits structurés de Royal Park Investment au mois de mai de cette année, cette opération marque une nouvelle étape de la récupération des investissements de l'Etat belge réalisés dans Fortis Bank Belgium. Quid du plan stratégique de BNP Paribas Fortis intitulé « Bank for the Future » et communiqué le 25 mars dernier ? Selon le même communiqué de presse, il sera poursuivi. Et « la gouvernance de BNP Paribas Fortis continuera de refléter l'identité belge de l'institution, notamment via une représentation appropriée de membres indépendants belges au Conseil d'Administration jusqu'en 2020 et via le maintien en Belgique de centres d'expertise ». Du reste, l'Etat belge réalisera un gain en capital d'environ 900 millions d'euros à la clôture de la transaction effectuée avec BNP Paribas. L'impact négatif de l'opération sur le ratio « Common Equity Tier 1 Bâle 3 » pour le Groupe BNP Paribas est estimé à environ 50 points de base et l'opération est relative d'environ 3 % sur le BNPA estimé 2013 pro forma.

Selon le Premier ministre belge Elio Di Rupo, et son ministre des Finances, Koen Geens qui se sont exprimés au terme du Conseil des ministres, « les objectifs que le Gouvernement s'était fixé lors de son investissement initial ont été pleinement atteints. La banque a tenu ses

engagements malgré un contexte difficile. Le moment était dès lors venu de désengager l'Etat belge de BNP Paribas Fortis. Nous sommes confiants quant à la capacité de la banque de maintenir son rôle au sein de l'économie belge. Le produit de cession de 3 250 millions d'euros va aider l'Etat belge à atteindre ses objectifs en termes de dette publique. Par ailleurs, l'Etat belge salue l'investissement très important de BNP Paribas réalisé en Belgique pour l'installation de deux data centers pour l'ensemble du groupe «. De son côté, Jean-Laurent Bonnafé, directeur général de BNP Paribas a indiqué que «le partenariat avec l'Etat belge a apporté la stabilité qui était nécessaire pour réaliser le rapprochement dans les meilleures conditions pour les salariés et les clients de la banque et nous remercions l'Etat belge, qui reste par ailleurs un de nos principaux actionnaires, de cette collaboration. Nous allons continuer à développer BNP Paribas Fortis en respectant les principes qui ont été les nôtres pendant la phase de rapprochement tant en matière sociale que de soutien à l'économie.» Enfin, pour Herman Daems, Président du Conseil d'administration de BNP Paribas Fortis, « le rapprochement avec BNP Paribas a été bénéfique pour tous nos Stakeholders. Notre actionnaire BNP Paribas nous soutient pleinement dans notre stratégie aux services de nos clients et cette opération ne modifie en rien notre engagement envers eux et envers l'économie belge. Je tiens à remercier ces clients ainsi que nos collaborateurs pour tout ce qu'ils accomplissent ».

# 3

## MARKETING

### 3.1 Innovations produits/Services sur Internet

#### Allianz Assurance Emprunteur à la conquête du marché

Allianz France a déployé une offre souple d'assurance emprunteur qui s'adapte aux besoins de chaque demandeur d'un prêt. Pour être réactif et se différencier sur ce marché fort concurrentiel, l'assureur a décidé d'innover en termes d'acceptation médicale en mettant en place une plate-forme dédiée.

Les banques restent très en vue sur le marché de l'assurance emprunteur. Mais les assureurs n'entendent pas leur laisser le leadership sur ce segment porteur. A la faveur de la loi Lagarde, qui entend organiser les conditions d'une concurrence parfaite en la matière, de plus en plus d'assureurs dévoilent leurs offres d'assurance de prêts. Allianz vient ainsi de lancer la sienne. Et joue sur des arguments de vente qui font mouche : modularité, simplicité et réactivité. C'est le cas d'Allianz Assurance Emprunteur. Ce permet à chaque demandeur de prêt de ne retenir que les garanties et options dont il a besoin, en fonction de sa situation. Selon l'assureur, « le tarif est sur mesure et garanti sur toute la durée du contrat. Un simulateur de tarif en ligne sur [www.allianz.fr](http://www.allianz.fr) fournit une première estimation du prix. L'internaute peut ensuite recevoir la simulation par mail et/ou prendre contact avec Allianz pour un devis plus personnalisé ». L'option « Maladies Redoutées » permet le remboursement du capital restant dû en cas de pathologie grave (cancer, infarctus, AVC, ...) et celle dite « Perte d'Emploi » inclut des services d'assistance pour mieux gérer le parcours professionnel du client ou lui permettre de retrouver un emploi. Pour le porteur de risques, Allianz Assurance Emprunteur dispose ainsi de toutes les garanties et options exigées par les banques pour octroyer un crédit

(garantie en cas de décès, invalidité, arrêt de travail, perte d'emploi,...). L'un des volets critique d'un contrat emprunteur reste celui des démarches médicales : grâce à l'offre d'Allianz, elles sont simplifiées et optimisées afin de traiter les dossiers dans les meilleurs délais. Dans cet objectif, un service d'acceptation médicale par téléphone est proposé à l'emprunteur. « A l'issue d'une conversation avec une infirmière ou un médecin de Mondial Assistance, le client sait ainsi rapidement si son dossier est accepté et à quelles conditions, ou si des pièces médicales complémentaires sont nécessaires », assure-t-on chez Allianz France. Cette offre a été lancée le 7 octobre dernier dans le réseau des agents généraux. Elle est également déployée depuis le 4 novembre dans les réseaux Allianz Protection Sociale, Courtage, et agents généraux d'Outre Mer. Pour assurer le rayonnement de cette offre sur le marché, Allianz lance une campagne de publicité à la télévision et sur sa chaîne Youtube. Enfin, ce contrat a reçu le Label d'Excellence des Dossiers de l'Epargne dans le guide Crédit 2014.

## 3.2 Communication

### O2M devient SPB Services

Entrée dans le giron de SPB en 2010, cette filiale du leader européen des assurances et services affinitaires pour de grandes marques, change de nom et devient SPB Services.

O2M est spécialisée dans le diagnostic, la réparation, l'échange et la valorisation de biens techniques et technologiques. Dans le cadre du lancement de la nouvelle plateforme de marque SPB, cette filiale du géant de l'assurance affinitaire devient SPB Services. Une évolution qui permettra de renforcer les liens au sein du groupe SPB dans l'intérêt des partenaires grands compte et des assurés. Du fait du caractère stratégique des services au sein de cette entreprise, SPB Services joue un rôle important qui plaide pour l'adaptation de son identité à celle du groupe. De fait, les prestations représentent 35 % du chiffre d'affaires net de rétrocessions en 2012. SPB propose une chaîne de compétences intégrant à ses programmes d'assurances une large gamme de services : échange à neuf, reprise, réparation, remplacement d'appareils, démantèlement, recyclage, seconde vie. Selon Jean-Marie Guian, président du directoire du groupe SPB, « avec l'acquisition d'O2M en 2010 ainsi que la prise de

participation majoritaire dans Point Service Mobiles (PSM), premier réseau d'échange et de réparation de proximité avec plus de 100 franchisés partout en France, SPB est le seul acteur du marché de l'affinitaire à proposer une approche à 360° où les Services viennent compléter l'activité d'Assurance. Elle permet à nos grandes marques partenaires de créer de la valeur et de la fidélisation. L'expertise de Yann Abitbol acquise dans des univers connexes à celui de SPB permettra d'accompagner le développement de SPB Services en France et en Europe. Par ailleurs, le groupe SPB va bénéficier de l'expérience d'Alexis de Barrau chez O2M pour l'ensemble de ses activités dans les services. »

# 4

## SYSTEMES D'INFORMATION

### 4.1 Logiciels & applications

#### M.O.A. lance deux nouveaux modules

---

Après avoir dévoilé un premier composant M.O.A. Individuels multi-supports, l'éditeur propose un nouveau module, en l'occurrence M.O.A.m dédié à la gestion de contrats Madelin.

Conçu par Saint Martin Finances, M.O.A., le logiciel de Middle Office Assurances pour des contrats individuels multi-support est proposé aujourd'hui sous la forme de 2 modules complémentaires et indépendants : M.O.A. Individuels (regroupant les contrats multi supports «classiques» et les Perp) et M.O.A. Madelin (M.O.A.m). Le lancement de ce deuxième module (M.O.A.m) fait suite à la demande de compagnies d'assurances et de plates formes de distribution qui souhaitaient retrouver pour les contrats Madelin les avantages issus de l'utilisation du module «Individuels». Cette solution permet de capitaliser sur la puissance du Net qui constitue aux yeux de M.O.A. un atout exceptionnel entre les mains des distributeurs. « Aujourd'hui, la commercialisation aidée

par l'outil Internet est inéluctable. Le canal de distribution constitué d'un conseiller, quel que soit son statut, aidé par les fonctionnalités que permet Internet est la voie de l'avenir par les avantages qu'il procure », explique l'éditeur. Pour lui, l'enjeu est de stratégie : forte amélioration de la productivité, y compris celle des réseaux commerciaux, sécurisation des opérations, meilleure réactivité et promotion rapide de nouveaux produits. L'enrichissement de la solution M.O.A. permet de faire face à ces exigences.

# 5

## DISTRIBUTION

### 5.1 Nouveaux compétiteurs

#### Google sort du marché de la comparaison en France



Il est arrivé tambour battant sur le marché des comparateurs français d'assurance du particulier. Et repart sur la pointe des pieds. Le géant du marché des moteurs de recherche vient de tirer sa révérence, prouvant ainsi que la France n'est pas le Royaume-Uni. Mais il n'a pas dit son dernier mot.

On nous avait mis en garde tous les comparateurs : vous allez voir ce que vous allez voir ... L'arrivée de Google sur le marché de la comparaison de produits d'assurance de masse allait chambouler la donne. Trois mois exactement après avoir pris son envol, le moteur de comparaison de ce nouvel entrant a fait pschitt ! Selon notre confrère, l'Argus, l'explication du comparateur défunt est simple : un choix stratégique consistant à concentrer les investissements de développement sur les pays anglo-saxons ». Depuis quand Google avait-il une approche anglo-saxonne des marchés ? Langue de bois ? Assurément. L'explication de notre confrère qui parle davantage d'une « une ergonomie et un parcours client pour le moins compliqué, voire inadapté au marché français » paraît un peu légère. Pour ceux qui sont au fait de la technologie, l'IHM proposée par le moteur de recherche était largement adapté au marché français. Le cas échéant, le modifier serait aisé au vu des moyens et du savoir-faire technologique dont dispose le géant américain. Au pire, il aurait pu recourir à une croissance externe sur le marché français, ne serait-ce que pour bénéficier d'une base installée et d'un outillage conséquent. Non ! Les raisons sont ailleurs et plutôt économiques. Ce marché n'a jamais décollé réellement. Certes, le positionnement de prescripteur sied de mieux en mieux à ces plates-formes qui sont envahies par les internautes quand il s'agit de comparer. En revanche, pour signer un contrat, les clients potentiels semblent préférer les réseaux traditionnels. Résultats, hormis Assurland, qui re-

vendique l'équilibre après plus de dix ans d'évangélisation, aucun de ses alter ego ne sort la tête de l'eau, malgré un marketing devenu économiquement fou. Quel retour sur investissement pour des écrans télé aux grandes heures d'écoute ? Demandez à leur concurrent Assurland, il vous donnera ses propres raisons qui le poussent à exclure une telle stratégie pour le moins, ruineuse. A l'arrivée, Google pouvait-il se permettre d'investir à flot sur ce terrain glissant qui ne lui rapporte rien et le met en porte-à-faux avec certains de ses annonceurs ? Juge et partie, le comparateur défunt a très vite compris les limites d'une telle stratégie pour laquelle il ne devait que laisser des plumes après un envol en fanfare. Ses prédécesseurs n'ont rien vu de déstabilisant, après trois mois de gesticulations. Pour autant, Google est-il parti pour toujours ou est-il sorti volontairement des écrans radars pour tromper ses ennemis pour le moins nombreux ? Difficile d'y répondre. Une seule réalité, Google a les moyens de régner sur le marché de la comparaison française, s'il le souhaite. Auquel cas, il faudra accepter de perdre de l'argent pendant de nombreuses années, tout en engrangeant des masses de données exploitables dans une logique de Big data. Il paraît que le moteur de recherche s'était essayé sur la scène des comparateurs français pour cette raison également.



# 6

## CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

### 6.1 Santé

#### Les clauses de désignation une nouvelle fois retoquées

La Chambre haute vient, une nouvelle fois, d'annuler les manœuvres du gouvernement visant à réintroduire indirectement les clauses de désignation dans le projet de loi sur l'ANI. Une décision qui réjouit plus d'un opposant à cette tentative orchestrée par Marisol Touraine.

Le Sénat vient de redire non au recours aux clauses de désignation, malgré leur présentation sous une forme plus acceptable. Les opposants à cette opération s'en réjouissent. La Chambre Syndicale des courtiers d'assurances (CSCA), tout comme ADPM Fédération et l'ensemble des petites et moyennes mutuelles (PMM). Ces dernières « remercient les Sénateurs qui, à une large majorité, viennent de supprimer l'amendement relatif aux clauses de désignation (article 12 ter du PLFSS 2014) que voulait imposer la Ministre de la Santé ». Selon elles, « la Haute Assemblée n'a pas cautionné la suppression programmée de l'ensemble des PMM et des solidarités qu'elles défendent pour que chacun de nos concitoyens puisse accéder à une complémentaire santé de qualité à un coût

abordable ». Et d'ajouter : « En voulant brader la mutualité au profit de quelques grands groupes assurantiels, la Ministre a bafoué les fondamentaux de notre protection sociale et perdu toute la légitimité que sa fonction lui conférait ». Visiblement, le combat pour la fin des clauses de désignation va laisser des traces sur un marché de la protection sociale où les partenariats apparaissent souvent comme un des axes stratégiques des acteurs. De ce point de vue, ils devront vite recoller les morceaux.

## Marisol Touraine annonce un nouveau Plan Alzheimer

La ministre de la Santé devrait présenter rapidement un nouveau plan portant sur cette pathologie. Il sera élargi aux autres maladies neurodégénératives et accordera une large place aux aidants.

Selon nos confrères du site Agevillage, un nouveau plan sur la maladie d'Alzheimer et les autres pathologies neuro-dégénératives sera présenté en 2014. Il sera tout particulièrement centré sur l'accompagnement des aidants, un des maillons faibles de la chaîne de prise en charge des patients qui en souffrent. On le sait, ces personnes bénévoles relevant généralement de leur entourage sont souvent laissées à eux-mêmes, abandonnés à leur triste sort avec à la clé, des difficultés multiples (fatigue, dépression, absentéisme professionnel). «Nous sommes en cours d'élaboration d'un nouveau plan qui porte sur l'ensemble des maladies neuro-dégénératives, pas simplement sur la maladie d'Alzheimer», a indiqué Marisol Touraine lors d'une audition devant une commission parlementaire sur les financements pour la santé. Et d'ajouter : «Ce plan sera présenté à la fin du premier trimestre 2014 ; l'accompagnement des aidants fait partie des priorités fixées» pour ce nouveau programme. Cette annonce intervient dans un contexte marqué par une nette évolution à la hausse du nombre de personnes atteintes de pathologies neuro-dégénératives, et tout particulièrement la maladie d'Alzheimer mais également celle de Parkinson, « ce qui suppose une meilleure prise en charge et un accompagnement des aidants» a considéré la ministre de la Santé. Le prochain plan qu'elle vient d'annoncer devrait succéder au plan Alzheimer 2008-2012, initié en février 2008 par Nicolas Sarkozy. Ce programme avait bénéficié d'une «prolongation» en 2012 sur décision de l'actuel président François Hollande. Pour une dotation budgétaire de 1,6 milliard d'euros, ce plan visait à donner à la France des structures adéquates permettant d'accompagner et d'aider les 860.000 malades souffrant d'Alzheimer ainsi que leurs proches, face à une

maladie à laquelle le corps médical n'a pas encore pu trouver de remède à ce jour. Pourtant, les chiffres sont alarmants. Après 65 ans, dix personnes sur cent en sont touchées. Et les prévisions à l'horizon 2020 parlent de 1,3 million de personnes qui souffriront de cette forme de démence en France. Parallèlement à son annonce relative au nouveau plan Alzheimer, Marisol Touraine aurait, selon Agevillage, confirmé que M. Hollande annoncerait un troisième Plan cancer «en janvier ou février 2014» qui s'appuiera «sur les priorités identifiées» dans le rapport préparatoire du Pr Jean-Paul Vernant, diffusé en août. On le sait, dans son travail, ce professionnel de santé appelait à réduire les inégalités sociales face à cet ensemble de pathologies qui représentent la première cause de mortalité en France (148.000 décès et 355.000 nouveaux cas en 2012) et à impliquer davantage les médecins généralistes. La Ligue contre le cancer, a appelé jeudi à mettre «la personne malade» au cœur du troisième Plan cancer et à «éradiquer les inégalités» face à cette pathologie. Du reste, cette dernière bénéficie depuis plusieurs années du soutien actif de chaque président. On se souvient du Président Chirac, qui en avait fait une cause nationale dès son arrivée à l'Élysée. Au fil des ans, elle bénéficie, dans certains cas, de molécules à la différence d'Alzheimer. La prise en charge de l'une et de l'autre implique souvent la mobilisation des aidants, une population longtemps laissée à elle-même.

## 6.2 Épargne / Retraite / Prévoyance

### Assurance vie : le contrat Euro-croissance dans les tuyaux



Dans la foulée de la grogne généralisée sur la hausse des prélèvements sociaux qui devaient frapper l'épargne, le gouvernement avait promis d'intégrer le nouveau contrat « Euro-croissance » dans le projet de loi de finance rectificative pour 2013. Cet engagement est acté ce 13 novembre.

Le Conseil des ministres de ce jour est l'occasion pour l'équipe Ayrault d'apporter une nouveauté importante sur le terrain de l'assurance vie. De fait, après avoir été chahuté pour avoir voulu augmenter les taxes sur un certain nombre de produits d'épargne, l'équipe en place avait promis de refonder l'assurance vie. Promesse tenue ce jour avec l'introduction du nouveau contrat Euro-croissance dans le projet de loi de finances rectificative pour 2013.

Le texte relatif à ce contrat s'inspire de la proposition du rapport Berger-Lefebvre. Les futurs détenteurs de ce contrat bénéficieront d'une garantie de capital après huit ans ; ce qui permettra aux compagnies d'assurances d'offrir des rendements supérieurs aux contrats en euros tout en appliquant une allocation d'actifs plus dynamique.

Comment faciliter le développement de ce produit dans un contexte économique morose ? Le gouvernement Ayrault a prévu d'accorder l'antériorité fiscale aux épargnants qui effectueront un transfert à partir d'un ancien contrat d'assurance-vie. Pour autant, l'équipe Ayrault a décidé d'imposer indirectement les transferts. Comme le précise Philippe Crevel, Secrétaire général du Cercle des Epargnants, « pour compenser le manque à gagner pour l'État et les régimes sociaux, les compagnies d'assurance devront acquitter une taxe de 0,32 %. In fine, ce sont les épargnants qui la paieront sous forme d'un moindre rendement ». Et d'ajouter : « Par ailleurs, le Gouvernement prévoit de majorer le taux des droits s'appliquant au-delà d'un million d'euros qui

passeront, en effet de 25 % à 31,25 % ». Outre l'Euro-Croissance, le gouvernement a décidé de lancer un autre produit destiné, cette fois-ci, aux patrimoines considérables. « Un abattement sur les droits de succession de 20 % serait consenti en contrepartie d'une affectation d'une des parties des fonds dans des actifs clairement définis : actions, logement, économie sociale et solidaire », indique Philippe Crevel. Pour le Secrétaire général du Cercle des Epargnants, « la création de ce nouveau produit s'inscrit dans les discussions qu'avaient eues le Gouvernement avec les compagnies d'assurance il y a quelques mois. Au-delà de l'effet d'affichage, ce nouveau produit ne correspond pas à un réel besoin. Le logement social n'est pas en manque de crédits, la collecte nette du Livret A est d'une vingtaine de milliards d'euros depuis le début de l'année. La Caisse des Dépôts est plus en manque de projets que de crédits. En outre, ce produit risque de connaître le même problème que les contrats DSK et NSK, l'incitation fiscale ne suffisant pas à compenser les doutes sur leur rendement réel ». Cette innovation contractuelle suscite des réactions de différentes parties. Selon Philippe Crevel, « il ne faut pas fixer plus d'objectifs à l'assurance qu'elle ne peut réellement atteindre. Une offre complexe risque de dissuader les épargnants. L'assurance-vie est un produit d'épargne et non un instrument de politique économique et sociale ».

# 7

## NOMINATIONS

### 7.1 Nominations

#### **Yann Abitbol devient directeur général de SPB Services**

En remplacement d'Alexis de Barrau appelé à occuper une fonction de conseil au sein du groupe sur la stratégie de SPB en matière de Services, Yann Abitbol devient DG de SPB Services.

Yann Abitbol créé l'entreprise Express Courses 94 spécialisée dans la logistique et le transport en 1992, société dont il a été le gérant jusqu'en 1999. Il a ensuite la volonté de relever de nouveaux défis et fonde alors la société Trader Parcel, activité de logistique et de service après-vente (SAV) d'ordinateurs et de télévisions. En 2008-2009, il réalise pour SPB des missions de conseil sur l'élaboration de processus de gestion de sinistre physique (logistique et technique). Après 10 années en tant que gérant de sa société, il décide de rejoindre SPB en tant que responsable constructeur et deux partenaires. Il devient directeur général adjoint d'O2M en 2012. En 2013, il est promu directeur général de SPB Services (ex. O2M).

De son côté, Alexis de Barrau démarre sa carrière dans les années 80 après avoir fait ses classes dans le courtage informatique à l'international chez Econocom. En 1988, il s'associe avec le président d'Econocom France et deux de ses traders pour créer GFPI (Gestion

Financière de Parcs Informatique). Quatre ans plus tard, il crée sa propre entreprise LEXYS Consultants qui, en marque blanche, se spécialise dans le rachat de grands parcs informatiques en leasing auprès de banques et des constructeurs. En 2000, BNP Paribas acquiert LEXYS Consultants lui permettant d'intégrer directement la gestion des reprises de parcs informatique financés chez leurs clients. En 2003, Alexis de Barrau quitte la banque pour prendre le contrôle d'O2M, en élargissant l'offre de services de l'informatique aux produits mobiles et multimédias. SPB acquiert O2M en 2010. Alexis de Barrau demeure président d'O2M jusqu'en 2013 où il devient conseiller auprès du directoire de SPB.

# 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)

### Directeur de la publication:

Pascal ARNOULD - [parnould@capaweb.com](mailto:parnould@capaweb.com)

### Rédacteur en chef:

Emmanuel MAYEGA - [emayega@capaweb.com](mailto:emayega@capaweb.com)

### Secrétariat de rédaction:

Bruno Fontela - [bfontela@capaweb.com](mailto:bfontela@capaweb.com)

### Contacts commerciaux :

Aurélia Deslandes  
[adeslandes@capaweb.com](mailto:adeslandes@capaweb.com) - 09.50.81.21.86



## S'abonner au CAPA Hebdo

**Un an (45 numéros) - 269,10 € TTC**

### Retourner ce document à CAPA Conseil :

23 rue du Départ (local 15) - 75014 Paris  
ou par e-mail : [capa@capaweb.com](mailto:capa@capaweb.com)

- 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

© Toute reproduction, même partielle, par quelque procédé que ce soit, est interdite sans autorisation préalable et constitue une contrefaçon passible des peines prévues par la loi du 11 mars 1957 et du 3 juillet 1985 sur la protection des droits d'auteur