



## DECRYPTAGE

Reportage :

**Pierre de Villeneuve face aux  
journalistes de l'Anja**

PAGE 6

## L'essentiel de la semaine

### Stratégie - page 8

Solution étend ses activités en Amérique latine

### Systèmes d'information - page 16

Aviva France : Une nouvelle application mobile en santé

### Stratégie - page 8

PRO BTP : la gamme Épargne Confiance affiche un rendement de 3,37 %

### Conjoncture - page 21

Baromètre ACE : Près de la moitié des entreprises de la région EMEA manque de ressources

### Marketing - page 14

Ciprés Vie change de charte graphique

### Nomination - page 24

Jean-François Lequoy devrait rejoindre Natixis

# 1

## L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

### **Solunion étend ses activités en Amérique latine**

La joint-venture d'Euler Hermes et MAPFRE s'ouvre à différents pays d'Amérique latine : Au Chili, en Colombie et au Mexique. Elle va ainsi consolider les activités d'assurance-crédit de ses deux actionnaires dans ces différents pays.

*(Lire page 8)*

### **PRO BTP : la gamme Épargne Confiance affiche un rendement de 3,37 %**

Le groupe PRO BTP prévoit un rendement de 3,37 %, net de frais de gestion et brut de prélèvements sociaux, pour l'Épargne Confiance en euros. Sur les huit dernières années, le rendement annuel moyen de cette gamme atteint ainsi 3,99 %.

*(Lire page 11)*

### **Ciprés Vie change de charte graphique**

Le courtier grossiste a dévoilé sa nouvelle identité visuelle en ce jeudi 16 janvier 2014. Après près d'une décennie et demie, il aborde ainsi la nouvelle année avec des couleurs qui viennent souligner son engagement dans un développement soutenu et porté par son programme stratégique dit PAIPS (Plan, Ambition, Innovation, Progrès, Succès).

*(Lire page 14)*

### **Aviva France : Une nouvelle application mobile en santé**

L'assureur dévoile une nouvelle application santé gratuite pour téléphones mobiles et tablettes. Elle donne accès à de multiples fonctions parmi lesquelles un espace privé personnalisable par l'assuré.

*(Lire page 16)*

### **Baromètre ACE : Près de la moitié des entreprises de la région EMEA manque de ressources**

En collaboration avec Longitude Research, le groupe ACE a réalisé son baromètre sur les risques émergents en entreprise. Un des enseignements de cette étude, près de la moitié de ces organisations en région EMEA n'ont pas de ressources et d'outils permettant de faire face aux risques émergents.

*(Lire page 21)*

### **Jean-François Lequoy devrait rejoindre Natixis**

Délégué général de la FFSA depuis 2008, Jean-François Lequoy devrait quitter ses fonctions pour rejoindre le groupe Natixis.

*(Lire page 24)*

# SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Stratégie | page 6

Pierre de Villeneuve face aux journalistes de l'Anja



## 1 L'EDITO DE LA SEMAINE

Exit digital, place à numérique ..... 5

## 2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

**2.1 Stratégie** ..... 8

Solunion étend ses activités en Amérique latine ..... 8

**2.2 Actualités des sociétés** ..... 9

La Fédération Française de Basketball renouvelle son partenariat avec AIG ..... 9

**2.3 Résultats des sociétés** ..... 10

GAIPARE ZEN annonce le taux de rendement de son fonds euro en 2013 ..... 10

PRO BTP : la gamme Épargne Confiance affiche un rendement de 3,37 % ..... 11

## 3 MARKETING

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

Néoliane vient de dévoiler un nouveau produit ..... 12

**3.2 Offre Produits/Services sur Internet** ..... 13

Cigarette électronique et bilan de santé ..... 13

**3.3 Communication** ..... 14

Ciprés Vie change de charte graphique ..... 14

Fonds MAIF pour l'Education : cinquième appel à projets ..... 15

## 4 SYSTEMES D'INFORMATION

**4.1 Internet / Multimédia** ..... 16

Aviva France : Une nouvelle application mobile en santé ..... 16

**4.2 Logiciels & applications** ..... 17

GMC Software dévoile une plate-forme applicative pour les assureurs ..... 17

**4.3 Partenariats** ..... 18

Solucom met la main sur Trend Consultants ..... 18

## 5 DISTRIBUTION

<b>5.1 Acteurs traditionnels</b> .....	<b>19</b>
Gras Savoye Berger Simon acquiert Geistel Assurances .....	19

## 6 CONJONCTURE ECONOMIQUE ET SOCIALE

<b>6.1 Perspectives de croissance économique</b> .....	<b>20</b>
Les marchés boursiers tenteraient-ils à nouveau les particuliers ? .....	20
<b>6.2 Synthèse des marchés européens</b> .....	<b>21</b>
Baromètre ACE : Près de la moitié des entreprises de la région EMEA manque de ressources .....	21
<b>6.3 Santé</b> .....	<b>23</b>
Vers une valorisation des proches aidants .....	23

## 7 NOMINATIONS

<b>7.1 Nominations</b> .....	<b>24</b>
Jean-François Lequoy devrait rejoindre Natixis .....	24
SMAvie BTP : Patrick Bernasconi, nouveau président .....	24

# L'EDITO DE LA SEMAINE

Par Emmanuel Mayega

## Exit digital, place à numérique



Tout le monde, ou presque, a oublié politiquement Jacques Toubon, alias « All Good ». D'autres n'hésitent pas à l'enterrer en confortant les anglicismes dans notre parler quotidien. Pourtant, avec lui, le digital relèverait toujours du... doigt et, de ce point de vue, n'aurait eu aucune chance de faire concurrence au concept de numérique.

Les moins jeunes, famille à laquelle je revendique publiquement mon appartenance, se souviennent avec moi, des efforts de l'ancien ministre de la Culture, pour conserver l'intégrité de notre belle langue polluée de plus en plus par une flopée d'anglicismes. Et du débat sous-jacent. Beaucoup voient en ces innovations lexicales le caractère vivant du français. Car « une langue morte ne saurait s'enrichir au contact d'autres parlers », m'avait lancé un observateur. Toujours est-il que le débat suscité avait fait avancer les pratiques. Montrant l'exemple, bien des rédactions avaient alors banni les anglicismes de leurs écrits. En revanche, personne ne s'indignait quand quelque mot italien, voire espagnol, venait à émailler nos papiers. Au point qu'à un moment donné, lutte contre anglicisme pouvait rimer avec rejet de nos meilleurs amis, les Anglais. Allez savoir.

Quelques décennies après, le soufflet est retombé. A la faveur de la montée en puissance de la génération dite Y et du digital, ou, pour parler français, du numérique. Dans la presse comme au resto, un peu partout, le « franglais » a pignon sur rue. Dans l'assurance, Solvabilité 2 est chahuté par Solvency 2 ; que dire de l'Embedded Value dont j'aurais du mal à vous donner la signification exacte ? Voire du monde du Web ou plutôt celui de la Toile ? Il regorge d'anglicismes à vous faire perdre votre latin. Désormais, le digital a pris le pas sur le numérique. Certes, les innovations nous viennent massivement de l'autre côté de l'Atlantique. Pour autant devons-nous perdre

notre belle langue en utilisant ces créations ? N'est-ce pas simpliste de passer de la racine anglo-saxonne « digit » au franglais digital ?

Pour corser davantage ce changement en profondeur, nos « Ferments » y ajoutent désormais des émoticônes et un vocabulaire adapté aux SMS. Mais, paraît-il, depuis que les opérateurs ont banalisé les offres intégrant les SMS gratuits, ils font l'effort d'écrire correctement. On respire ! On respire d'autant plus fort qu'ils sont bientôt aux portes de l'entreprise. Et devraient donc réapprendre à écrire, non pas en franglais, mais en français.

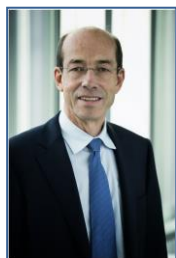
Cela dit, au rythme où s'installent les anglicismes dans notre société, est-il franchement nécessaire de leur imposer notre vocabulaire ? Le débat n'est-il pas ailleurs dans ce village planétaire où seuls la grammaire et le vocabulaire du commerce comptent désormais ? Car voyez-vous, aussi brillant serez-vous en français, si vous ne cernez pas le lexique nouveau de la génération Y, vous passerez à leur yeux pour un analphabète. Toute proportion gardée, heureusement. En fait, c'est à nous, chantres du pur français, de plonger désormais, en apnée, dans leur univers où franglais et émoticônes émaillent les conversations verbales et écrites. Sans perdre notre âme. Le français étant une langue vivante, il continuera à résister aux assauts répétés de ces nouveaux parlers. Qu'à cela ne tienne, pourvu que les affaires y gagnent. Après tout, peu importe la couleur d'un chat, pourvu qu'il attrape les souris. Un franglais qui fait signer les affaires vaut mieux que le pur français. Le digital semble plus vendeur que le numérique. Résultat ...

EMMANUEL MAYEGA  
Rédacteur en chef

# DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

## Pierre de Villeneuve face aux journalistes de l'Anja



« L'Euro-Croissance est un bon produit pour toutes les catégories de clientèle » Après Eric Lombard, nouvel Homme fort de Generali France, Pierre de Villeneuve, qui lui a succédé au sein de BNP Paribas Cardif, a répondu aux questions des rédacteurs membres de l'ANJA (Association nationale des journalistes de l'assurance). L'occasion d'aborder les sujets phares de l'actualité de l'assurance vie et de la prévoyance, domaines-clés où intervient le bancassureur. ANI, Assurance emprunteur, place du Net dans les processus métiers internes et externes de la compagnie ont émaillé ses propos. Sans oublier les contrats Euro Croissance. Sa volonté « est d'encourager le développement de l'assurance vie en France ».

PROPOS RECUEILLIS PAR EMMANUEL MAYEGA

A la tête de BNP Paribas Cardif depuis le mois d'octobre dernier, son PDG passe pour être « le plus assureur des bancassureurs », une appréciation qu'il accepte volontiers. Et pour cause ! Selon lui, « la bancassurance est avant tout de l'assurance. Notre quotidien est centré sur l'assurance, nul doute là-dessus. Continuer à opérer un distinguo entre bancassurance et assurance me paraît désuet ». En fait, ce responsable qui a passé toute sa carrière au sein de la filiale d'assurance de BNP Paribas, reste très attaché aux fondamentaux de ce métier. On le voit très vite quand il aborde la thématique de l'assurance emprunteur, à l'aune des récentes nouveautés réglementaires introduites dans le cadre de la loi Hamon. Celle-ci prévoit un délai de douze mois afin de permettre à l'assuré de résilier son assurance emprunteur, en cas de prêt. Une évolution qui l'irrite, manifestement. « A travers ce changement, on oppose les contrats groupes aux produits individuels. C'est une erreur qui remet en cause le fondement même de l'assurance, à savoir la mutualisation. Du fait d'une personnalisation poussée, elle va finir par devenir inopérante et entraîner une démutualisation. Logique. Faut-il le rappeler, le métier d'assureur est de garantir l'équité entre assurés, et d'éviter des utilisations abusives. Mettre en place des règles du jeu offrant la possibilité à certains assurés de partir au bout d'un an ne me convainc pas et n'emporte pas mon adhésion », déclare-t-il. Pour autant, il reconnaît que les contrats collectifs n'ont pas toujours permis au marché de générer des marges et des participations aux bénéficiaires. es produits, à une époque, affichaient même des pertes sur la partie Incapaci-

tés. Mais les banques ont pu corriger le tir en améliorant leur approche de sélection des risques », précise le PDG.

Au-delà de cette observation de bon sens, BNP Paribas Cardif compte toujours jouer un rôle de premier plan sur ce segment de la prévoyance où la Loi Lagarde entend procéder à une redistribution des cartes pour prendre en compte, le cas échéant, les offres d'assureurs traditionnels qui lancent progressivement de nouveaux produits en la matière. Idem, le bancassureur prévoit de peser sur le marché ouvert par l'Accord national interprofessionnel (ANI) sur la généralisation de la complémentaire santé à tous les salariés. Sur ce point, nous sommes comme d'autres acteurs du marché, en pleine réflexion dans ce domaine. Fidèle à sa stratégie, BNP Paribas Cardif devra trouver un positionnement différenciant qui apporte un plus sur ce marché. Nous n'y allons pas pour réinventer ce qui existe déjà ; notre volonté est de jouer un rôle utile ici », annonce Pierre de Villeneuve.

On le sait, sur ce segment des collectives, certains s'activent déjà. Et envisagent de mettre en place des partenariats à valeur ajoutée. La filiale de BNP Paribas n'exclut pas de s'y lancer avec ses partenaires courtiers, des distributeurs à même d'apporter aux clients des prestations de conseil. Parallèlement, elle ne s'interdit de coopérer avec les mutuelles et les institutions de prévoyance. Répondant à une question relative à un éventuel partenariat avec Malakoff Médéric, le président directeur général de BNP Paribas Cardif s'est refusé à tout commentaire, malgré les bruits de couloirs annonçant des

pour parler avec Guillaume Sarkozy, Délégué général de ce groupe paritaire.

Par ailleurs, l'échange avec les journalistes de l'Anja a porté sur la place de l'Euro-Croissance dans la stratégie de BNP Paribas Cardif. Selon Pierre de Villeneuve, cette innovation dans l'assurance vie constitue un bon produit pour toutes les catégories de cibles commerciales mais pas seulement pour la clientèle patrimoniale. Il s'agit de l'un des rares produits sécurisés de long terme ouvrant droit à une rémunération fonction du rendement de l'épargne à long terme. Pour autant, il rappelle qu'il est nécessaire de « stabiliser les règles du jeu fiscales associées ».

Concernant la provision pour participation aux bénéficiaires (PPB), le PDG rappelle que son entreprise prévoit de procéder à une dotation compte tenu du principe auquel est attaché le bancassureur et selon lequel « une belle performance financière (plus-values) plaide pour un provisionnement dans la perspective des années à venir. »

Enfin, Pierre de Villeneuve a confirmé la place du numérique dans la stratégie de BNP Paribas Cardif. En interne, la technologie Internet est intégrée dans le cadre d'une stratégie contribuant à fluidifier les processus. En externe, elle offre les moyens à l'assureur d'interagir avec son écosystème, y compris dans sa version mobile.



# 2

## STRATÉGIE & ACTUALITÉ

### 2.1 Stratégie

#### Solunion étend ses activités en Amérique latine

La joint-venture d'Euler Hermes et MAPFRE s'ouvre à différents pays d'Amérique latine : Au Chili, en Colombie et au Mexique. Elle va ainsi consolider les activités d'assurance-crédit de ses deux actionnaires dans ces différents pays.

Dans la foulée de l'obtention des approbations des autorités de régulation locales, Solunion va consolider au Chili, en Colombie et au Mexique, les activités de ses deux actionnaires Euler Hermes et MAPFRE. La société propose des solutions d'assurance-crédit. Ses atouts : l'une des bases de données de risques les plus significatives au monde et un vaste réseau de distribution commercial en Amérique latine. Cette consolidation offre l'opportunité à Solunion de jouer les premiers rôles sur le marché de l'assurance-crédit en Colombie et au Mexique. Du même coup, elle figure également parmi les trois premiers acteurs au Chili. Elle peut ainsi répondre de manière contextuelle aux attentes de ses clients. Selon Fernando Pérez-Serrabona, Directeur général, « l'Amérique latine est une région stratégique pour Solunion. Son dynamisme économique et son fort potentiel de croissance tant sur les marchés domestiques que d'exportation en font une composante essentielle de notre présence mondiale. Au Chili, en Colombie et au Mexique, nous souhaitons faire bénéficier les entreprises de toutes tailles de notre approche de service localisées, de nos solutions personnalisées et de notre expertise dans la gestion du risque de crédit. » Avant de faire son entrée sur le marché sud-américain, Solunion avait démarré son activité en Espagne et en Argentine en janvier 2013, comme joint-venture combinant les missions d'assurance-crédit d'Euler Hermes et de MAPFRE dans ces deux pays. Son objectif est de devenir le pres-

tataire incontournable de solutions d'assurance-crédit et des services associés en Espagne comme en Amérique latine. Selon Ludovic Sénécaut, président de Solunion, cette joint venture est parée pour réussir sur les marchés où elle intervient : « Forte de sa connaissance de l'environnement national juridique, économique et des entreprises et d'un vaste réseau commercial intégré s'appuyant sur des analystes des risques locaux, Solunion offre des avantages uniques à ses clients. Nous poursuivons un objectif précis : répondre aux besoins de nos clients. Grâce à notre expertise, ils sont mieux à même de prendre des décisions éclairées et de développer leur activité en toute confiance et en toute sécurité. » Ayant installé son siège dans la capitale de la Péninsule Ibérique, Solunion propose une gamme complète de services d'assurance-crédit. Grâce à l'expertise de ses équipes, ses solutions sur mesure et son implantation locale, elle est en mesure d'évaluer le risque au plus près de sa source. Elle capitalise sur la puissance du réseau commercial d'Euler Hermes dont les bureaux assurent le suivi des risques dans plus de 50 pays ainsi que du vaste et diversifié réseau de distribution de MAPFRE en Espagne et en Amérique latine.



## 2.2 Actualités des sociétés

### La Fédération Française de Basketball renouvelle son partenariat avec AIG

Pour une période de 4 ans, les deux partenaires renouvellent leur collaboration avec, à la clé, de nouvelles couvertures personnalisées proposées aux assurés.

La Fédération Française de Basketball (FFBB) a renouvelé sa confiance à l'assureur AIG. Les deux acteurs ont décidé de poursuivre leur collaboration pour une durée de quatre ans. L'assureur des licenciés de la FFBB, depuis 18 ans, conforte ainsi sa position auprès de son partenaire. Au terme de ce renouvellement, les salariés, bénévoles et licenciés de la FFBB pourront bénéficier d'un renforcement de leur couverture grâce à de nouvelles garanties sur mesure. Ces dernières ont été conçues pour répondre au plus près à leurs besoins sachant que les couvertures accidents traditionnels ne sont pas toujours adaptées à la pratique du basket-ball, notamment lors de compétitions. Ce prolongement s'inscrit dans un contexte de sensibilisation des sportifs à l'importance des couvertures d'assurance dans la pratique du sport, comme en témoignent les obligations légales qui imposent aux fédérations la couverture des licenciés en Responsabilité Civile et des garanties optionnelles Individuelle Accident lors de la pratique sportive.

Parmi les garanties nouvelles proposées, figurent des options supplémentaires en garantie individuelle accident (prise en charge de trois séances d'ostéopathie par an, l'application d'un barème d'invalidité progressif afin d'indemniser plus facilement les accidents graves, les prestations d'assistance prises en charge à hauteur des frais réels et charges médicales à l'étranger à hauteur de 100 000 euros. Par ailleurs, AIG devient partenaire « Passion Club » afin de porter à la connaissance des clubs et de leurs licenciés les assurances des licences et de les sensibiliser à la nécessité du choix des options. Tant il est vrai, les 2 000 sinistres gérés annuellement viennent confirmer la nécessité d'une couverture sur mesure pour chaque licencié.

## 2.3 Résultats des sociétés

### GAIPARE ZEN annonce le taux de rendement de son fonds euro en 2013

L'Association GAIPARE ZEN vient de dévoiler le taux de rendement net de 3,02 % pour le fonds en euros du PERP GAIPARE ZEN en 2013. Cet indicateur s'entend net après frais de gestion, hors CRDS, CSG et prélèvements sociaux.

Le fonds en euros du PERP GAIPARE ZEN, créé en 2004 avec Ageas France, réalise une performance de 3,02 %. Sur 5 ans, son rendement net cumulé atteint 18,7 %.

Par ailleurs, le groupe affiche également d'autres satisfactions. « [...] La hausse des marchés financiers a permis aux unités de compte de notre PERP de réaliser de belles performances, tant pour 2013 que sur 5 ans. (...) Ces performances vont permettre de poursuivre le développement rapide constaté au cours des dernières années. Ainsi, sur 3 ans, le nombre des adhérents de GAIPARE ZEN est passé de 2 545 à 4 177, soit une progression de 44 %. L'encours, a cru fortement, passant de 19 à 53 millions d'euros, soit une hausse de 180 %. »

Commentant ces résultats, Jean-Paul JACAMON, président, a déclaré : « nous sommes très satis-

faits de l'excellente progression du PERP GAIPARE ZEN qui marque la qualité de la gestion réalisée par les équipes d'Ageas France et la confiance de nos adhérents. Nous sommes très soucieux de la cohérence de nos actions et ces bons résultats reconfirment nos engagements et nos objectifs ».

Pour mémoire, Ageas France est la filiale du groupe international Ageas, qui compte plus de 180 années d'expérience et de savoir-faire. Ageas emploie plus de 13.000 personnes, réalise un encaissement annuel d'environ 18 milliards d'euros et gère 85 milliards d'euros d'actifs.

## PRO BTP : la gamme Épargne Confiance affiche un rendement de 3,37 %

Le groupe PRO BTP prévoit un rendement de 3,37 %, net de frais de gestion et brut de prélèvements sociaux, pour l'Épargne Confiance en euros. Sur les huit dernières années, le rendement annuel moyen de cette gamme atteint ainsi 3,99 %.

Le fonds en euros des contrats Épargne Confiance de PRO BTP affiche un taux de rémunération de 3,37 %, au titre de l'année 2013. Une performance « nettement supérieure à la moyenne des autres contrats du marché », considère-t-on au sein de ce groupe. « Sur les huit dernières années, le rendement annuel moyen de l'Épargne Confiance atteint ainsi 3,99 % et a dépassé en moyenne de plus de 0,50 % par an la rémunération servie par les fonds en euros concurrents. Sur la même période, l'inflation annuelle moyenne s'établissait à 1,48 % », rappelle PRO BTP.

Outre le rendement distribué au titre de l'exercice 2013, PRO BTP considère que la qualité de sa gestion financière lui a permis de continuer à doter de façon substantielle (à hauteur de plus de 0,60 % des encours) la provision pour participation aux excédents (PPE) du fonds en euros et à renforcer sa capacité à proposer à

ses adhérents un rendement attractif et régulier sur le long terme.

Par ailleurs, le groupe a réaménagé la gamme des supports en unités de compte du contrat multisupport Confiance et l'a enrichie de deux nouveaux fonds. Les adhérents disposent ainsi d'une offre plus diversifiée et plus cohérente de supports d'investissement, qui ont enregistré d'excellentes performances financières en 2013.

Su reste, PRO BTP offre ce rendement, sans conditions, à tous ses adhérents, quels que soient le montant de leur épargne et l'ancienneté de leur contrat.

Ancienne dénomination	Nouvelle dénomination	En 2013	Sur 3 ans	Sur 5 ans	Sur 10 ans
<b>Fonds purs</b>					
SAF Fonds Serein	Regard Monétaire Euro	+ 0,08%	+ 0,55%	+ 0,60%	+ 1,79%
-	Regard Obligations Diversifiées	Nouveau			
SAF Fonds Offensif	Regard Actions	+ 20,21%	+ 6,44%	+ 11,49%	Fonds créé en 2005
<b>Fonds profilés</b>					
-	Regard Prudent	Nouveau			
SAF Fonds Equilibré	Regard Equilibré	+ 8,33%	+ 5,86%	+ 7,75%	+5,26%
SAF Fonds Dynamique	Regard Dynamique	+ 15,53%	+ 6,63%	+ 10,09%	+ 5,62%

# 3

## MARKETING

### 3.1 Innovations produits/Services sur Internet

#### Néoliane vient de dévoiler un nouveau produit

Tranquillité est la dénomination que porte la dernière solution en date de Néoliane Santé & Prévoyance. Cette innovation commerciale porte à trois le nombre de contrats lancé par le courtier en trois mois.

Flexible, Néoliane Tranquillité est accessible de 18 à 79 ans. D'autre part, il est décliné en cinq formules adaptées à toutes les attentes. Ce contrat intègre des avantages santé variés parmi lesquels le report de 50 % du forfait optique, la prise en charge de la médecine naturelle, le remboursement de toutes les vignettes en pharmacie. En complément, une prise en charge immédiate, sans délai de carence, en cas d'hospitalisation. Ces avantages ont été définis afin de répondre à l'ensemble des attentes des adhérents. Présent sur un marché fortement concurrentiel, Néoliane Santé & Prévoyance propose des produits diversifiés et spécialisés (TNS, seniors, familles, jeune, prévoyance...) qui permettent de mettre à disposition de son réseau de courtiers partenaires une offre complète. Cette diversité permet de satisfaire tous les profils adhérents que ce soit pour la santé ou pour la prévoyance. Illustration de sa volonté

de jouer un rôle sans cesse croissant sur son marché, Néoliane a lancé, en l'espace de trois mois trois nouveaux produits : le premier, destiné aux seniors, Senior+, le deuxième aux professionnels, SantéPro et, depuis peu, Tranquillité, un produit plus axé pour les familles. Ce nouveau contrat offre des garanties et des services optimisés et bénéficie de partenaires reconnus, notamment UMC, Viamedis voire Inter Mutuelles Assistance. Tous lui garantissent une qualité de service optimale.



## 3.2 Offre Produits/Services sur Internet

### Cigarette électronique et bilan de santé



de la société Smokio. L'objectif étant de les aider à mieux arrêter.

Arrêter de fumer reste une préoccupation sociétale. Et les formules ne manquent pas. Si le bâton fiscal ne cesse de sévir, d'autres solutions émergent. Certains fumeurs se sont en masse jetés sur la cigarette électronique. Désormais, ils ont la possibilité de vapoter et de suivre toutes les facettes de leur consommation grâce à l'invention

Bien suivre la consommation du tabac pour cesser de fumer. Ainsi peut se résumer l'idée qui a motivé Smokio. Cette société française vient de dévoiler sa cigarette électronique qu'elle qualifie d'intelligente. De ce point de vue, elle offre la possibilité à ses consommateurs de suivre leur consommation de e-cigarette à partir d'un Smartphone : nombre de bouffées, économies réalisées, suivi de consommation mensuel, bilan santé, taux de nicotine, densité de vapeur, niveau de la batterie, etc. Mais surtout, cette traçabilité permet au fumeur d'en savoir précisément sur ses actes, ce qui lui permet de s'engager dans une stratégie de sevrage. Selon Alexandre Prot, co-fondateur de Smokio, «Comme beaucoup de fumeurs essayant d'arrêter, nous avons été séduits par la cigarette électronique. Dès nos premiers jours d'utilisation, nous étions un peu perdus car on ne se rendait pas compte de notre consommation. Nous avons également pu constater que la plupart des vapoteurs continuent de fumer en parallèle, par manque de soutien. Il manquait donc une e-cigarette plus fiable, couplée à un accompagnement réel, un «coach» en quelque sorte, pour soit arrêter totalement de fumer, soit connaître et maîtriser parfaitement sa consommation».

#### Une invention française

La solution de Smokio se présente sous la forme d'un kit complet assorti d'une batterie équipée d'une puce intelligente. Celle-ci permet la consommation et le vapotage de l'utilisateur, les données étant envoyées à un Smartphone, par liaison sans fil Bluetooth. A cela s'ajoute une application mobile Smokio gratuite. Elle sera disponible pour iOS fin-janvier et pour Android courant février. Et permet de suivre toutes les données liées à la consommation : nombre de

bouffées, estimation de l'équivalent en cigarettes, économies réalisées, cartographie des lieux de vapotage, ainsi que des indicateurs d'amélioration de santé : taux de régénération, nombre de jours d'espérance de vie gagnés, nicotine éliminée, taux d'oxygénation du sang, risque d'accident cardiaque, etc. Chaque jour, l'utilisateur voit l'impact positif de l'arrêt du tabac sur sa santé et son portefeuille. A en croire Steve Anavi, «Smokio aide les fumeurs et vapoteurs à se débarrasser de la dépendance au tabac. [Elle] encourage le fumeur à arrêter la cigarette classique en lui montrant les aspects positifs de son sevrage, sur son portefeuille mais aussi, bien sûr, sur sa santé. De plus, [elle] permet de suivre tous les aspects de sa consommation de cigarette électronique [...]. La fabrication de la puce intelligente, située dans la batterie de la cigarette électronique Smokio, ainsi que le développement de l'application mobile, ont été réalisées intégralement en France.»

#### Une solution qui pourrait intéresser les assureurs

A l'instar des autres substituts nicotiques, cette e-cigarette pourrait-elle intéresser les assureurs ? Pour l'heure, rien n'est acté. Une certitude, le volet coaching introduit par cette innovation pourrait plaider pour une telle décision. En attendant, le tabac a encore enregistré une nouvelle hausse dont la finalité officielle est de décourager les fumeurs. Manifestement, ces derniers ont tout intérêt à migrer vers l'e-Cigarette non facturée. Pour l'instant ?

### 3.3 Communication

#### Ciprés Vie change de charte graphique

Le courtier grossiste a dévoilé sa nouvelle identité visuelle en ce jeudi 16 janvier 2014. Après près d'une décennie et demie, il aborde ainsi la nouvelle année avec des couleurs qui viennent souligner son engagement dans un développement soutenu et porté par son programme stratégique dit PAIPS (Plan, Ambition, Innovation, Progrès, Succès).

Le courtier spécialisé dans les programmes d'assurance collective dédiés aux dirigeants et aux salariés de petites structures professionnelles (TPE & PME) vient de lever le voile sur sa nouvelle charte graphique. Haute en couleur, celle-ci véhicule, en mode subliminal, les valeurs qui portent ses objectifs sur un marché de l'assurance de personnes fortement chahuté l'an dernier par l'ANI : ambition, innovation, professionnalisme, service client, partage et confiance. « Toutes sont inscrites dans notre programme d'entreprise PAIPS qui doit nous permettre de tripler notre croissance à l'horizon 2018. Pour y arriver, nous comptons particulièrement sur nos équipes et notre expertise. Notre identité visuelle lancée aujourd'hui accompagne cette volonté de changement », explique Laurent Ouazana, directeur général. Sur le terrain, cette nouvelle ligne de communication se décline dans tous les compartiments de l'entreprise. Le site Web institutionnel arbore déjà ses traits, tout comme l'Extranet courtier. Les objets marke-

ting (goodies), ainsi que les plaquettes et les documents internes s'alignent d'ores et déjà sur cette figure emblématique de l'entreprise. Idem pour les différentes entités du groupe. Celles-ci vont désormais porter la marque Ciprés, pour s'afficher... si près de la maison-mère. De ce point de vue, CGS devient Ciprés Partenariat quand l'activité de télégestion prend la dénomination de Ciprés Gestion. Conduite entre décembre 2012 et la fin de l'année dernière, cette transmutation graphique est largement l'œuvre d'une équipe interne soutenue, quand il le fallait, par un support de conseil externe. A l'arrivée, un nouveau visage pour une entreprise qui entend porter haut ses couleurs en bénéficiant de l'une des meilleures notoriétés spontanées dans les cinq prochaines années. « C'est, en tout cas, notre objectif », conclut le DG. Emmanuel Mayega

The screenshot shows the website interface for Ciprés Vie. At the top, there's a blue navigation bar with 'PARTAGER', a phone number '0.177.685.685', and 'ÊTRE RAPPELÉ'. Below this, the site identifies itself as 'Expert en Assurances Collectives et Protection sociale des TNS, TPE, PME' and 'Espace Personnel Extranets Courtiers - Assurés - RH'. The main logo 'CIPRÉS vie' is centered. A horizontal menu lists: 'QUI SOMMES-NOUS?', 'NOS SOLUTIONS TNS', 'NOS SOLUTIONS ENTREPRISES', 'NOS SERVICES', 'NOTRE ACTUALITÉ', and 'NOUS CONTACTER'. A 'NOUVEAUTÉ' banner highlights 'Protection Capital Entreprise' with the tagline 'La grande innovation pour la protection du dirigeant' and 'Garantie Homme clé et Associés Temporaire Individuelle'. A sidebar on the right offers actions: 'Devenir courtier partenaire', 'Être contacté par un partenaire', 'Rechercher votre interlocuteur commercial', 'Se connecter à l'Extranet', and 'Nous contacter'.

## Fonds MAIF pour l'Education : cinquième appel à projets

Pour la 5ème année consécutive, le Fonds MAIF pour l'Education lance son appel à projets en ce 13 janvier 2014. Il s'adresse à tout groupe de personnes ayant son siège en France métropolitaine ou dans les DOM et constitué en association type Loi 1901 ou tout autre organisme exerçant une activité d'intérêt général. Les candidats doivent être éligibles à recevoir des dons au titre du mécénat et être habilités à émettre le formulaire CERFA 11580\*03.

Les dotations du Fonds MAIF pour l'Education sont destinées prioritairement aux associations qui œuvrent en faveur de l'accès à l'éducation, dans une optique sociale, citoyenne, éducative ou culturelle. Elles sont appelées à récompenser les initiatives régionales les plus innovantes. Pour cette cinquième mouture, le Fonds MAIF pour l'Education reconduit le mode opératoire des éditions précédentes sachant qu'elles ont rencontré un vif succès avec près de 500 dossiers déposés l'an dernier. Le calendrier de l'appel à projets respectera deux étapes séparées et complémentaires pour la sélection des dossiers : D'un côté une étape régionale qui mettra en scène, pour chaque région, un jury composé de représentants de l'Education Nationale, des collectivités territoriales, du monde de l'économie sociale et de la MAIF. Ce staff désignera, parmi les dossiers reçus, la candidature la plus pertinente et répondant au mieux aux conditions fixées par le Fonds MAIF pour l'Education. A l'arrivée, 29 lauréats régionaux

seront ainsi récompensés, chacun recevant une dotation de 1500 €. De l'autre côté, l'étape nationale prendra le relais de la dimension régionale. Dans ce cadre, les projets primés seront présentés à un jury national en vue de l'attribution des 3 prix nationaux. La dotation sera de 5 000 € pour le 1er Prix national Edmond Proust, 3 000 € pour le 2ème et 2 000 € pour le 3ème. Plus généralement, cet appel à projets a pour finalité la mise à l'honneur de chantiers originaux, innovants en termes d'approche pédagogique et susceptibles d'être déclinés vers différents publics. La date limite d'envoi des dossiers est prévue le 31 Mars 2014 ; quant à la nomination des lauréats régionaux elle s'étalera du 15 Septembre au 10 Octobre 2014 pour une annonce des lauréats nationaux prévue en novembre 2014.



# 4

## SYSTEMES D'INFORMATION

### 4.1 Internet / Multimédia

#### Aviva France : Une nouvelle application mobile en santé

L'assureur dévoile une nouvelle application santé gratuite pour téléphones mobiles et tablettes. Elle donne accès à de multiples fonctions parmi lesquelles un espace privé personnalisable par l'assuré.

Cet outil mobile est disponible gratuitement sur téléphones mobiles et tablettes Apple et Android. Il propose de multiples fonctionnalités accessibles au grand public et aux assurés. « Cette nouvelle application santé répond aux besoins croissants de nos clients en matière d'accessibilité et de mobilité des modes de communication », explique Françoise Lamotte, Directrice Marketing et Communication d'Aviva France. Et d'ajouter : « La richesse du contenu public et des fonctionnalités clients placent cette application parmi les plus complètes du marché. » De son côté, Claude Zaouati, Directeur Général d'Aviva assurances, déclare : cette application « conjugue aussi efficacement les atouts de la technologie du digital et la proximité de notre réseau d'agents généraux avec notamment la fonctionnalité de géolocalisation pour trouver l'agence la plus proche de chez soi ». Parmi ses outils, une palette de fonctions à valeur ajoutée : l'actualité santé en partenariat avec l'éditeur spécialisé Vidal ; des numéros

d'urgence utiles ; un lexique sur le vocabulaire de l'assurance santé ; un espace réservé aux gestes qui sauvent avec la collaboration de La Croix-Rouge française, partenaire de l'assureur ; une géolocalisation des agences Aviva et de ses partenaires tiers payants. En complément, l'assuré bénéficie d'un espace privatif sécurisé. Il permet de visualiser ses remboursements santé et d'être alerté lorsque le versement est effectué ; consulter le tableau des garanties de son contrat santé ; réaliser des simulations de remboursement en optique et dentaire ; envoyer sa demande de prise en charge hospitalière ainsi que ses devis audioprothèse et dentaire à l'assureur ; télécharger un duplicata de carte tiers-payant pour l'utiliser auprès des 100 000 professionnels de santé partenaires.

## 4.2 Logiciels & applications

### GMC Software dévoile une plate-forme applicative pour les assureurs



Spécialisé dans l'édition de solutions applicatives dédiées à l'interaction client et la gestion de flux documentaires, GMC Software dévoile sa nouvelle application, GMC Inspire Client Onboarding pour les Assurances.

Cette nouvelle solution est intégrée à la suite GMC Inspire Client Onboarding. Sa vocation est d'optimiser le processus d'intégration de nouveaux clients, avec des documents de souscription conformes, traçables et personnalisés. Elle contribue, de ce point de vue, à améliorer l'expérience client au sein des compagnies d'assurance.

Pour proposer cette solution, GMC Software a identifié les points faibles de l'expérience des clients et des assureurs pendant les phases de transition entre le marketing et la vente, cette dernière et la souscription, et la souscription aux opérations et au service client. La nouveauté de cette solution est de remplacer plusieurs composants par une plateforme de gestion unique et une interface utilisateur simplifiée.

En fait, il s'agit d'un outil modulaire et flexible. Il automatise les processus de front et back-office. Et garantit la cohérence d'informations complexes dans toute la société. Ce qui permet au personnel des compagnies d'assurance de répondre rapidement aux fréquents changements des demandes des utilisateurs. Il facilite la connexion entre les clients et les agents, ainsi qu'avec les centres d'appels. Tous ont accès en temps réel aux systèmes et données pour remplir rapidement des documents d'assurances conformes et cohérents.

#### Peser sur les coûts applicatifs

Selon Didier Rouillard, directeur du département marketing produits chez GMC Software Technology, « la complexité des produits d'assurance actuels signifie souvent un processus lent et laborieux pour émettre des communications précises et personnalisées avec comme enjeu, le capital principal de la compagnie d'assurance : sa clientèle. Le processus

simplifié proposé par GMC Inspire Client Onboarding n'assure pas seulement une meilleure satisfaction client avec un service efficace et conforme, mais il permet aussi aux compagnies d'assurance de bénéficier de réductions des coûts, des délais et du risque d'attrition de leur personnel. »

Selon GMC Software, Client Onboarding permet aux assureurs de bénéficier de 80 % d'économie de temps pour implémenter de nouveaux produits d'assurance ou s'adapter à des changements réglementaires, ce qui diminue le taux d'abandon durant le processus de recrutement. Il augmente le taux de fidélisation. Et facilite les renouvellements et les ventes additionnelles. Pour l'éditeur, l'utilisation de sa plateforme permet de gagner 64 % de temps dans la rédaction de communications personnalisées par rapport aux outils bureautiques classiques. De même, il introduit une baisse de 50 % du coût total de possession (TCO ou total cost of ownership) grâce à l'exploitation d'une plateforme unique, permettant de s'affranchir des barrières liées aux systèmes existants pour offrir plus d'agilité. En outre, avec plus de contrôle offert aux utilisateurs et une réduction des coûts de maintenance applicative, grâce à la consolidation des modèles de documents, le nouvel outil permettrait de gagner plus de 50 % d'efficacité supplémentaire. Enfin, les agents et courtiers sont mieux fidélisés du fait de la mise à leur disposition d'une solution adaptée à leurs attentes et exploitable à distance.

Emmanuel Mayega

## 4.3 Partenariats

### Solucom met la main sur Trend Consultants

Les deux acteurs viennent d'annoncer leur rapprochement. Objectif affiché : jouer les premiers rôles dans le secteur de la banque de détail où l'un et l'autre interviennent déjà séparément.

Solucom et Trend Consultants viennent d'annoncer leur décision de convoler en justes noces. Avec pour ambition de peser davantage sur le terrain de la banque de détail, une branche où ils intervenaient déjà, chacun de son côté. Pour mémoire, Trend Consultants a développé une expertise dans le secteur financier. La société est particulièrement reconnue dans les activités de banque de détail. Parmi ses références figurent enseignes comme Crédit Agricole, BPCE, Société Générale, et autre Banque Postale. Elle intervient au cœur des enjeux commerciaux et opérationnels de ses clients avec des savoir-faire sur la relation client, l'efficacité opérationnelle et l'optimisation des processus. D'autre part, capitalisant sur sa connaissance du marché bancaire, Trend Consultants a développé des outils de benchmark pointus pour apporter des réponses adaptées aux enjeux de performance et de rentabilité de ses clients. Clos le 31 décembre 2012, le dernier exercice met en avant un chiffre d'affaires réalisé de 2,2 M€ et une marge opérationnelle légèrement positive.

#### Mieux accompagner les transformations des clients

« Ce rapprochement ouvre une nouvelle phase de développement pour Trend Consultants. Le

positionnement de Solucom va nous permettre d'adresser de nouveaux clients et donneurs d'ordres. C'est également pour nos consultants une formidable opportunité d'accéder à des perspectives plus larges », indiquent Olivier Schmitt et Loïc Carpentier, respectivement Fondateur et Directeur Associé de Trend Consultants. De son côté, Pascal Imbert, président du Directoire de Solucom estime que « cette opération s'inscrit dans la droite ligne de notre plan stratégique Solucom 2015, visant à développer les savoir-faire métiers de Solucom afin de mieux accompagner les transformations de nos clients. Trend Consultants est une référence dans le domaine bancaire. Ensemble nous avons l'ambition de prendre une position-clé dans ce secteur appelé à connaître des transformations majeures ». Au terme de cette opération de croissance externe, Solucom acquiert la totalité du capital de Trend Consultants auprès de ses dirigeants. Ces derniers poursuivront le développement de la société au sein du cabinet. L'opération sera entièrement financée en numéraire. Enfin, Trend Consultants sera consolidé dans les comptes de Solucom à compter du 1er janvier 2014. Emmanuel Mayega

# 5

## DISTRIBUTION

### 5.1 Les acteurs traditionnels

#### Gras Savoye Berger Simon acquiert Geistel Assurances

**Le courtier Gras Savoye Berger Simon annonce l'acquisition du cabinet strasbourgeois spécialisé dans les risques d'entreprises et de collectivités locales.**

En vue d'accroître leur leadership sur le plan régional, les deux cabinets vont unir leurs forces. D'ores et déjà, leurs équipes ont commencé à travailler ensemble, sous la vigilance et l'impulsion de Jacques Geistel.

Pour mémoire, J. Geistel SA a été fondé en 1983 par le courtier éponyme. Il réalise un chiffre d'affaires annuel d'un million d'euros. Celui-ci se répartit entre les assurances collectives qui pèsent le tiers de son portefeuille, l'lard qui représente. Ses 9 collaborateurs rejoindront les équipes de Gras Savoye Berger Simon basées à Schiltigheim, accompagnées par Jacques Geistel. De son côté, Gras Savoye Berger Simon réalise un chiffre d'affaires de 21,5 millions d'euros. A travers cette opération de fusion, il accroît sa position de leader dans la région Est de la France. Ses 145 collaborateurs sont répartis entre les bureaux de Metz, Nancy, Strasbourg, Dijon, Besançon, Bar-le-Duc et

Troyes. Enfin, le pôle strasbourgeois, regroupé à Schiltigheim, représentera 30 collaborateurs au service des entreprises et collectivités publiques alsaciennes. Selon Pierre Simon Directeur Général de Gras Savoye Berger Simon, « cette acquisition renforce notre stratégie de croissance dynamique, visant à accroître encore nos parts de marché locales sur tous les segments ». Elle permet à Gras Savoye de confirmer son développement régional qui reste pour lui un axe stratégique prioritaire. En renforçant son réseau et en s'appuyant sur des équipes et des expertises locales, Gras Savoye poursuit son modèle d'implantation régionale, construit autour des entreprises de toutes tailles et des collectivités locales.

# 6

## CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

### 6.1 Perspectives de croissance économique

#### Les marchés boursiers tenteraient-ils à nouveau les particuliers ?

Selon le baromètre de Binck.fr, les investisseurs particuliers n'ont jamais été aussi présents sur les marchés financiers qui retrouvent un niveau de confiance de 4,6 points et une envie forte pour ces consommateurs d'y investir.

A en croire la dernière enquête en date de Binck.fr, spécialiste de la bourse en ligne, la confiance des investisseurs dans les marchés se poursuit en cette nouvelle année 2014. Cette étude conduite du 9 au 13 janvier 2014 auprès de 492 investisseurs, met à nu un indice de confiance dans les marchés pour les investisseurs européens de 4,6 sur une échelle allant de -10 à +10. Résultat, le potentiel de confiance des investisseurs atteint ainsi des indices record depuis le lancement de l'enquête et ce pour chacun des pays interrogés. En Italie, il est de 2,9 points et passe à 4 pour les investisseurs belges. Il monte à 4,8 pour les Néerlandais et atteint même la barre fatidique de 5 pour les Français. Clairement, ces derniers se montrent plus optimistes que leurs voisins. Plus généralement, 87 % des personnes interrogées déclarent avoir un niveau de confiance égal ou supérieur à 0. Et 72 % se disent très confiants

avec un niveau de confiance égal ou supérieur à 4. Une minorité de 6 % n'est pas confiante (indice inférieur à 0) et seuls 4 % sont très pessimistes. Quid de l'avenir ? Selon le baromètre de Binck.fr, cet optimisme devrait se poursuivre car pour 75 % des investisseurs européens interrogés, les indices continueraient de flamber. Et la Place parisienne devrait en profiter. Témoin le baromètre projette une hausse de +0,6 % pour le CAC40 d'ici la fin du mois, et de +1,5 % pour le premier trimestre 2014.

Corollaire de cette cote de confiance en hausse pour les marchés financiers, les Français affichent une forte intention d'investir plus de liquidités et de passer plus d'ordres en Bourse. 80 % des sondés souhaitent passer plus ou autant de transactions.

Evolution de l'indice de confiance des investisseurs Français Binck (interrogés sur une échelle de -10 à +10)



## 6.2 Synthèse des marchés européens

### Baromètre ACE : Près de la moitié des entreprises de la région EMEA manque de ressources

En collaboration avec Longitude Research, le groupe ACE a réalisé son baromètre sur les risques émergents en entreprise. Un des enseignements de cette étude, près de la moitié de ces organisations en région EMEA n'ont pas de ressources et d'outils permettant de faire face aux risques émergents.

Conduite l'été dernier auprès de 650 entreprises d'Europe, du Moyen Orient et d'Afrique (EMEA), l'enquête du groupe ACE apporte différents éclairages. L'un des principaux enseignements est le manque d'intérêt de l'équipe dirigeante (57 %), couplée au manque de compétences (46%), d'outils et de processus de gestion (40%), qui rendent la gestion des nouveaux risques de plus en plus difficile. Selon les dirigeants consultés, « les quatre grandes catégories de risques susceptibles d'avoir le plus grand impact financier sur leur activité sont les risques liés à la chaîne d'approvisionnement et aux infrastructures, les risques environnementaux, les cyber-risques et ceux de responsabilité des dirigeants (RCMS)\*. Plus largement, les résultats de cette enquête indiquent que pour 45 % des entreprises, les risques liés à la chaîne d'approvisionnement et aux infrastructures occupent la première position parmi ceux susceptibles d'avoir le plus grand impact financier sur leur activité à l'horizon de deux ans. Selon Nadia Côté, Directrice Générale de ACE en France, « si la complexité croissante du système d'approvisionnement mondial a permis de réduire les coûts, les entreprises ont en revanche perdu toute visibilité sur les zones de risque. Nombre d'entre elles dépendent d'infrastructures fragiles, de la sécurité des fournisseurs internationaux d'énergie et d'électricité, et d'autres facteurs qui représentent un risque financier considérable en cas d'interruption de l'activité ». En deuxième place, interviennent les risques environnementaux selon 42 % des entreprises interrogées et la première place pour les entreprises françaises (45 %). « Sous la pression des autorités et des actionnaires, les entreprises doivent plus que jamais prouver le respect de la réglementation en la matière », analyse Nadia Côté. Le rang occupé par les risques « verts » montre également qu'ils concernent un nombre croissant d'entreprises, et plus seulement celles traditionnellement considérées comme les plus « polluantes ». 83 % des entreprises françaises déclarent que leurs actionnaires prennent désormais plus au sérieux les risques environnementaux, un chiffre plus élevé que dans tous les autres pays étudiés. Par ailleurs, pour 47 % des entreprises françaises l'interruption de

l'activité est la première source d'inquiétude. Les cyber-risques s'arrogent la troisième place ex aequo en termes d'impact financier, selon 40 % des participants à l'étude. Pour la directrice générale d'ACE France, « depuis quelques années, nous constatons une réelle prise de conscience des entreprises du fait de leur dépendance croissante aux nouvelles technologies pour le développement de leurs activités ». Près de la moitié des entreprises consultées redoutent en particulier la menace des virus (49 %), du piratage informatique (38 %) et du vol de données par des tiers (37 %). Pour autant, la majorité d'entre elles (63 %) s'accorde sur le fait que la plupart de sinistres sont d'origine interne (provenant des salariés ou d'une défaillance du système de sécurité). Du reste, loin d'être nouveau, le risque de responsabilité des dirigeants (RCMS) ne cesse de monter en puissance, à la faveur de la crise financière, des nouvelles réglementations et du développement international des entreprises. 40 % des entreprises le classent en troisième position ex aequo en termes d'impact financier sur leur activité à l'horizon de deux ans. Pour près de 60 % des entreprises françaises, il s'agit même du risque qui devrait connaître la plus forte progression dans les deux années à venir. Parmi les risques qui, dans le sillage de la crise, font l'objet d'une attention croissante, les managers français citent en premier lieu les erreurs de reporting (52 %), puis des affaires de malversation, fraude et corruption (42 %). Pourtant, en dépit de leurs inquiétudes sur ce risque, moins d'une entreprise française sur deux a souscrit une assurance RCMS, alors qu'elles sont 53 % en Europe à être couvertes. « On sait que la réalité n'a que faire de catégories étanches, et que la plupart des risques émergents sont souvent interconnectés, précise Nadia Côté. Le rôle du risk manager consiste à mieux comprendre les risques émergents, leur interdépendance et les enjeux qui en découlent, pour permettre aux entreprises de bâtir des plans d'actions stratégiques sur des bases solides. Les souscripteurs et les courtiers ont par ailleurs tout intérêt à travailler en étroite collaboration avec ces équipes et à adopter une approche stratégique dans leurs relations client, pour que ces risques émergents fassent partie intégrante de la poli-

tique globale de gestion des risques. », déclare la directrice d'ACE France.

\* RCMS : Poursuites judiciaires à l'encontre des mandataires sociaux, engagées généralement par les parties tierces, les partenaires commerciaux ou les autorités.

### Encadré métrologique

Le Baromètre des risques émergents de ACE pour la région EMEA présente des informations et des statistiques détaillées sur l'ensemble de ces risques, des données sectorielles et un commentaire approfondi sur la gestion des risques émergents. Il est réalisé en collaboration avec Longitude Research. Cette enquête a été effectuée sur un panel de 650 cadres travaillant pour différentes branches d'activité, dans 15 pays d'Europe, du Moyen Orient et d'Afrique du Nord. Les participants représentaient aussi bien de grandes entreprises (de plus d'un milliard de chiffre d'affaires) que celles de taille moyenne (de 250 millions à 1 milliard de chiffre d'affaires). Les entretiens ont été réalisés par téléphone au début de l'été 2013, par les équipes de Longitude Research pour le compte de ACE. Des interviews plus approfondies ont été également menées auprès des principaux risk managers et d'autres experts de la gestion des risques.



## 6.3 Santé

### Vers une valorisation des proches aidants

Dans le cadre de son volet «accompagnement de la perte d'autonomie», la future loi de programmation de la société au vieillissement va soutenir et valoriser les proches aidants. Selon notre confrère Agevillage.com, ces derniers pourraient bénéficier d'un soutien financier de 500 euros par an et par personne aidée.

Aider à financer un «droit au répit» pour les proches aidants. Telle devrait être, selon le site Agevillage, le soutien que les Pouvoirs publics pourraient accorder aux proches aidés. Il bénéficiera de la revalorisation de l'APA annoncée mais également d'une aide ciblée. Il pourrait s'agir d'un droit de tirage de 500 euros par an et par personne aidée lourdement malade et handicapée qui permettrait de financer, par exemple, des solutions d'hébergement temporaire, accueils de jour, aide à domicile renforcée (ex. baluchonnage). 80 millions d'euros de crédits seraient mobilisés, soit 200 000 aidants soutenus, selon le site qui poursuit : « Et ceci sans référentiel d'évaluation national et validé pour objectiver le besoin



d'aide et de soins de la personne aidée et du proche aidant. Un dispositif d'urgence est aussi envisagé en cas d'hospitalisation du proche aidant pour venir en aide aux personnes âgées les plus fragilisées. » Par ailleurs, le ministère serait en train de travailler également à la valorisation de l'offre d'accueil familial ainsi que l'accueil et l'hébergement temporaires.

Enfin, pour améliorer l'information sur ces dispositifs et ces aides, l'Etat prévoit de déployer un portail Internet dédié.

## 7

## NOMINATIONS

## 7.1 Nominations

**Jean-François Lequoy devrait rejoindre Natixis**

**Délégué général de la FFSA depuis 2008, Jean-François Lequoy devrait quitter ses fonctions pour rejoindre le groupe Natixis.**

Selon un communiqué de presse du groupe bancaire, Jean-François Lequoy deviendra membre du comité de direction générale de Natixis avec la responsabilité de l'ensemble des activités d'assurance, de dommages et de personnes de Natixis. "Il pilotera notamment le projet d'acquisition de BPCE Assurances par Natixis, ainsi que la création de la plate-forme unique d'assurances de personnes destinée à servir les ambitions du Groupe BPCE à horizon 2017", a

indiqué un communiqué de presse du groupe bancaire. Jean-François Lequoy est âgé de 52 ans, Et diplômé de Polytechnique, de l'ENSAE et de l'Institut des actuaires français.

**SMAvie BTP : Patrick Bernasconi, nouveau président**

**Elu président de la SMAvie BTP par le conseil d'administration le 28 novembre 2013, Patrick Bernasconi a pris ses fonctions le 15 janvier 2014.**

Il remplace Alain Dupont, ancien président de Colas, élu président de la SMAvie BTP en décembre 2007. Alain Dupont reste président des filiales assurance de la SMABTP, ASEFA Seguros en Espagne, et VICTORIA Seguros au Portugal.

Agé de 58 ans, Patrick Bernasconi est chef d'entreprise depuis 28 ans. Diplômé de l'Ecole spéciale des travaux publics, il a la responsabilité de quatre entreprises de travaux publics, dont deux hors métropole, employant 150 personnes.

Patrick Bernasconi a été pendant plus de huit ans président de la Fédération nationale des travaux publics (2005-2013). Depuis 2005, il est membre du conseil d'administration de la

SMABTP et de la SMAvie BTP. Le 8 juillet 2013, il a été nommé vice-président du Medef, en charge des mandats, des branches et des territoires. Il est également vice-président du Conseil économique, social et environnemental (CESE) dont il est membre depuis octobre 2010.

Patrick Bernasconi est chevalier dans l'Ordre national de la Légion d'honneur depuis 2006 et chevalier dans l'Ordre national du Mérite depuis 2001.

# CAPA Conseil est une marque d'INSERVIO

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

## Une expertise reconnue

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

## Des publications opérationnelles

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

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

## Nos clients

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

## Dernières publications

**Panorama 2012 « Santé-Prévoyance »** : L'actualité du marché des assurances santé et prévoyance au cours du 1<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