



## DECRYPTAGE

Reportage :

**Le Big data, ses contours et ses apports à notre économie**

PAGE 6

## L'essentiel de la semaine

### Stratégie - page 9

Bluelinea signe un accord avec Médecin Direct

### Systèmes d'information - PAGE 15

Groupe Covéa : WebXL centralisera les référentiels de réassurance

### Marketing - page 11

Mondial Assistance et le GMPA : un contrat d'assistance à destination des militaires

### Systèmes d'information - PAGE 16

Baromètre Syntec Numérique – BVA : 20 % de Français utilisent le Cloud

### Marketing - page 12

Thélem assurances : vers une nouvelle gamme multirisque professionnelle

### Conjoncture - page 17

Etude Humanis : Seul un expatrié français sur 10 a une protection sociale complète

# 1

## L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

### **Bluelinea signe un accord avec Médecin Direct**

L'opérateur annonce la signature d'un partenariat avec Médecin Direct au terme duquel il proposera à ses abonnés et leurs du téléconseil médical.

*(Lire page 9)*

### **Mondial Assistance et le GMPA : un contrat d'assistance à destination des militaires**

« Assistance Affectation » est la nouvelle offre mise au point par les deux acteurs afin de proposer aux militaires affectés à l'étranger et outre-mer de bénéficier d'une solution sur mesure en matière d'assistance.

*(Lire page 11)*

### **Thélem assurances : vers une nouvelle gamme multirisque professionnelle**

Le 24 mars prochain, l'assureur lancera sa nouvelle gamme multirisque entreprise professionnelle destinée aux artisans, commerçants, professions libérales et petites entreprises. Elle s'articule autour d'une offre de base packagée et complétée par des options autour de besoins spécifiques.

*(Lire page 12)*

### **Groupe Covéa : WebXL centralisera les réferentiels de réassurance**

Dans un contexte de mise en œuvre d'un système global de gestion de la réassurance, le groupe Covéa (MAAF, MMA et GMF) a retenu la plate-forme WebXL d'Effisoft pour harmoniser ses différentes bases de données.

*(Lire page 15)*

### **Baromètre Syntec Numérique – BVA : 20 % de Français utilisent le Cloud**

Dernier en date, le baromètre Syntec Numérique BVA mesure la relation entre les Français et le Cloud, leur connaissance et l'utilisation qu'ils en font. Pour cette nouvelle livraison, 1 français sur cinq a accès à des ressources hébergées dans le nuage.

*(Lire page 16)*

### **Etude Humanis : Seul un expatrié français sur 10 a une protection sociale complète**

Selon l'étude d'Humanis réalisée avec CSA et lepetitjournal.com, seul un expatrié français sur 10 a une protection sociale complète regroupant à la fois des garanties en santé, prévoyance, retraite et assistance.

*(Lire page 17)*

# SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Stratégie | page 6

**Le Big data, ses contours et ses apports à notre économie**



## 1 L'EDITO DE LA SEMAINE

La guerre de la donnée s'emballa ..... 5

## 2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

- 2.1 Stratégie** ..... 8
  - AG2R La Mondiale : vers une souscription au fonds de dette de BPIFrance ..... 8
- 2.2 Accords de partenariats** ..... 9
  - Bluelinea signe un accord avec Médecin Direct ..... 9
  - LesFurets.com accueille Smatis France ..... 9
  - SPB renforce ses activités en France comme à l'étranger ..... 10

## 3 MARKETING

- 3.1 Innovations Produits/Service** ..... 11
  - Mondial Assistance et le GMPA : un contrat d'assistance à destination des militaires ..... 11
  - Thélem assurances : vers une nouvelle gamme multirisque professionnelle ..... 12
- 3.2 Offre Produits/Services sur Internet** ..... 13
  - Télémedecine : Globe-Docteur.com désormais ouvert en France ..... 13
- 3.3 Communication** ..... 14
  - AMPLI Mutuelle reçoit le Label d'Excellence 2014 ..... 14
  - La LMDE interpelle les candidats aux élections municipales ..... 14

## 4 SYSTEMES D'INFORMATION

- 4.1 Logiciels & applications** ..... 15
  - Groupe Covéa : WebXL centralisera les référentiels de réassurance ..... 15
- 4.2 Ingénierie - Prestations intellectuelles - Formations** ..... 16
  - Baromètre Syntec Numérique – BVA : 20 % de Français utilisent le Cloud ..... 16

## 5 CONJONCTURE ECONOMIQUE ET SOCIALE

- 5.1 Actualité sociale** ..... 17
  - Etude Humanis : Seul un expatrié français sur 10 a une protection sociale complète ..... 17

**5.2 Santé .....18**  
Alzheimer et maladies cardiovasculaires, mêmes résultats ? ..... 18

**6 NOMINATIONS**

**6.1 Nominations .....19**  
Nominations chez MorningStar ..... 19

# L'EDITO DE LA SEMAINE

Par Emmanuel Mayega

## La guerre de la donnée s'emballe



Le vingt-et-unième siècle sera celui de la donnée ou ne sera. Chaque jour qui passe vient corroborer la paraphrase de l'adage attribué à Malraux sur la spiritualité des années 2000. Violations, exploitation, manipulation, etc. Toutes ces malversations portent sur l'autre or des temps modernes : la donnée digitale. Bienvenue dans un monde du cyber-risque grandissant.

Ils interviennent dans différents secteurs d'activité mais ont un point commun : celui d'avoir défrayé la chronique ces dernières années, du fait d'avoir subi des cyber-attaques. Il s'agit d'Orange, de Sony, Barclay's Bank et de Target. La liste pourrait s'allonger tant l'exposition des entreprises à ces nouvelles malversations est forte. En fait, les entreprises sont entrées en guerre larvée contre les cyberbrigands, ceux-là même qui, il y a encore quelques années, attaquaient les bases de données de leurs victimes pour faire montre de leurs compétences en la matière. Depuis peu, l'amateurisme en culotte courte a cédé la place à un affairisme à tout va, cols blancs ayant remplacé délinquants et autres voyous de petit chemin. Ce qui a changé ? La donnée vaut désormais de l'or sur le marché. Une offre qui correspond à une demande identifiable sur Internet. Dans de telles conditions, voguera de plus en plus la galère. D'autant plus que la réglementation européenne peine à se formaliser. Tel un serpent de mer, elle apparaît dans l'actualité, puis disparaît. Et refait surface, à la faveur d'une nouvelle cyber-attaque. Une certitude, au rythme de ces dernières, elle finira par voir le jour.

En attendant, le marché s'organise comme il peut. Comme tout risque, celui de cybercriminalité peut être transféré à un assureur, ce dernier pouvant en exclure certains domaines. En fait, les garanties proposées interviennent comme des armes supplémentaires, en com-

plément des dispositifs de protection technologiques qui ne suffisent pas toujours à couvrir le risque. Ont-elles montré leur efficacité dans cette guerre pour le moins chirurgicale (les soldats du digital savent effectivement ce qu'ils recherchent comme données, les numéros de cartes de crédit étant les plus recherchées, et pour cause, ndlr) ? A voir l'évolution des offres des porteurs de risques, on peut en douter. Aux couvertures assurantielles classiques viennent s'ajouter des services d'accompagnement (notification de la violation des données personnelles aux clients concernés, relance des activités dans des centres de reprise d'activité (PRA). Porteur d'une telle offre, Beazley rappelle volontiers qu'une violation des données n'est plus une fatalité, si elle est bien gérée. Le débat organisé cette semaine en synergie avec Assurance & Banque 20, magazine de Capa Invest, a été l'occasion de débattre sur cette capacité des nouveaux packages d'assurance à limiter une casse digitale. Au fait, et votre entreprise ! Est-elle prête à affronter cette nouvelle guerre froide, non pas celle esquissée en ce moment par Poutine, mais celle de la donnée capable d'infiltrer, sans salve aucune, toute base de données prétendument blindée ?

EMMANUEL MAYEGA  
Rédacteur en chef

# DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

## Le Big data, ses contours et ses apports à notre économie

Il est presque devenu un concept attrape-tout, à l'instar de tous les termes marketing venus d'outre-Atlantique. Pour en savoir plus précisément, l'Atelier BNP Paribas s'est livré à une étude en la matière. Elle fait le point sur cette nouveauté : origines et caractéristiques du phénomène Big Data, risques et nouveaux paradigmes, opportunités économiques. Avec pour fil d'Ariane une interrogation : Big data rimerait-t-il avec Big Economy ? Capa Hebdo décortique ce travail.

UNE SYNTHÈSE D'EMMANUEL MAYEGA

L'Atelier BNP Paribas passe au crible le phénomène du Big data, par delà ses effets marketing. Ce travail démarre par ses mécanismes fondateurs puis analyse son pouvoir grandissant sur l'économie : quels sont les nouveaux risques et paradigmes associés, quels secteurs sont les plus concernés et quid de son impact sur le quotidien des citoyens-consommateurs.

L'un des facteurs déclenchant de la déferlante Big data est tout trouvé : il s'agit d'Internet, véritable « symbole de la prise de pouvoir de la prescription algorithmique sur la prescription humaine avec les moteurs de recherche », considère l'Atelier BNP Paribas. La bascule va se produire tout au long de la seconde moitié de la décennie 90 : les services de recommandations sur le web connaissent alors trois changements d'échelles, caractérisés par de nouveaux ordres de grandeurs : « le cap du million de sites web est d'abord franchi, puis les centaines de millions de pages web s'imposent comme le nouvel ordre de grandeur à analyser et enfin les liens entre pages et documents du web dépassent rapidement le milliard d'occurrences. Chaque changement d'échelle sera à l'origine d'un nouveau paradigme qui engendrera lui-même un nouveau changement d'échelle. Cette interdépendance entre nouvelle échelle et nouveau paradigme débouchera sur l'estimation automatique - et non plus humaine - de la valeur des contenus colossaux du web et sur l'inversion du rapport de force existant entre la prescription humaine et la prescription algorithmique ; soit la victoire de la vision de Larry Page et Sergei Brin (Google) sur celle de Jerry Yang (Yahoo). Le Big Data est né. »

Le début des années 2000 voit poindre l'Internet mobile et les médias sociaux. L'un et les autres vont renforcer la tendance à la production massive de la donnée. Selon l'Atelier BNP Paribas, sous leur impulsion, « la quantité d'utilisateurs et les volumes de données utilisées ont crû de manière exponentielle durant les dix dernières années : entre 2000 et 2013, le nombre de sites web actifs est passé de moins de 10 millions à quasiment 200 millions ! » Mais alors comment ont réagi les entreprises face à cette manne qui peut se transformer également en risque (possibilité de violer et d'être exposé à des poursuites, en fonction de la législation de chaque pays). Très peu parmi elles ont su (pu) mettre en place une infrastructure de type « Big Data » apte à servir des bases d'utilisateurs supérieures à 500 millions de personnes (plus d'un milliard pour Google et Facebook, plus de 900 millions pour Microsoft ou plus de 600 millions pour Apple, etc.)



Parmi les risques associés à cette montée en puissance de la donnée, les prestations qui la maîtrisent sont généralement soupçonnées d'abus de position dominante. C'est le cas de Google Knowledge Graph, service lancé par Google, en 2012. Comment ? « Il répond à une requête de manière quasiment instantanée en créant une page de résultats avec sur sa partie droite un « panneau de faits » reprenant des informations brutes en provenance de

sites internet référents sur le sujet recherché. Et parfois, le moteur propose en première ligne de la page de réponse, au-dessus du « panneau de faits », son propre «panneau de réponses». A la faveur de ces deux panneaux, Google s'octroie la toute première place dans ses pages de résultats car la majorité des liens présents renvoient eux-mêmes vers une page de résultats de Google, construite sur le modèle décrit plus haut. Google Knowledge Graph ou l'art selon Google de changer les règles du jeu sans vraiment laisser de choix aux acteurs de l'écosystème ! »

Progressivement, l'industrie du Big Data s'oriente désormais vers la mise au point de nouveaux paradigmes parmi lesquels le Data Marketing et le « Data-driven » Management, l'un et l'autre permettant de valoriser les données.

Autre enseignement apporté par l'Atelier BNP Paribas, « si la stimulation de la croissance économique des secteurs numériques par les données est déjà une réalité, il n'est pas exclu que, très prochainement, leur pouvoir catalyseur contamine également des secteurs non numériques, tels que le tourisme. Cette quasi-certitude s'appuie sur des conclusions tirées à partir d'expérimentations locales, comme par exemple le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur et l'opérateur Orange, indiquant la possibilité d'optimiser l'économie du tourisme par l'exploitation des données issues des usages des téléphones mobiles et des médias sociaux des touristes. »

Outre le développement économique de secteurs non numériques, les données peuvent

contribuer à dynamiser les synergies entre différents secteurs à la proximité naturelle. Enfin, s'il existait un paradis pour la data et sa valorisation, selon l'Atelier, « la smart city serait celui-là. Sur le modèle de ce qui se fait actuellement à Santander en Espagne, ce type de projet consiste à équiper une ville de plusieurs dizaines ou centaines de milliers de capteurs recueillant des informations de toutes sortes (les places de parking disponibles, le bruit, la température etc.) afin de les analyser via un centre de calcul dédié et les restituer à la population sous forme d'informations délivrées par la ville par le biais d'applications Internet et mobiles gratuites. Ces données sont également transmises aux organismes publics et privés qui opèrent les services de la ville (open data).

En définitive, la force de la smart city est d'impliquer autour d'un projet commun les acteurs sociaux, techniques, politiques et économiques de la ville. La collecte et la mise en commun de ces données confèrent notamment une meilleure compréhension de la structure sociale d'une ville et favorisent les initiatives entre acteurs privés et publics. Travail remarquable, l'étude de l'Atelier BNP Paribas omet pourtant de souligner parmi les risques celui des cyber-attaques. Il constitue l'une des préoccupations de tous les acteurs économiques. La législation évolue, tout comme les garanties d'assurances. Mais ces dernières semblent encore chercher leur voix sur un terrain où les victimes n'osent pas encore se dévoiler. Ce sera bientôt fini, avec les nouvelles normes.

# 2

## STRATÉGIE & ACTUALITÉ

### 2.1 Stratégie

#### AG2R La Mondiale : vers une souscription au fonds de dette de BPIFrance

Le groupe de protection sociale vient d'annoncer son intention de souscrire au fonds de dette de BPIFrance dédié aux PME et ETI de croissance avec un objectif de 200 m€ de financement total.

AG2R La Mondiale et BPIFrance ont signé cette semaine un partenariat dans le cadre du programme « Prêts d'avenir » mis en place par le second. Celui-ci est destiné à financer des investissements relatifs à des projets de croissance. Via un fonds de dette dédié, les deux partenaires envisagent de cofinancer jusqu'à 100 petites et moyennes entreprises (PME) et entreprises de taille intermédiaire (ETI).

Ce fonds de dette constitue un nouvel entrant dans le financement des entreprises. Et s'inscrit dans la réglementation des « fonds de prêt à l'économie », dont la visée est de faciliter l'investissement des sociétés d'assurance dans l'économie française. Le lancement par BPIFrance de la première campagne du « Prêt d'avenir », destiné à des PME et ETI de grande qualité vise, à financer leur développement à long terme. AG2R La Mondiale est le premier de ces partenaires à indiquer sa volonté de participer à la création de ce nouvel outil aux côtés de BPIFrance. « Nous sommes très heureux que BPIFrance nous ait proposé d'être le partenaire exclusif de ce premier programme qui entre pleinement en résonance avec notre responsabilité sociétale d'entreprise et nos valeurs de proximité et de performance. Grâce à l'alliance de la connaissance fine des entreprises de BPIFrance et l'expertise en gestion d'actifs d'AG2R La Mondiale, ce sont 50 à 100 entreprises qui devraient bénéficier d'une nouvelle source de financement à la fois stable et sécurisée », commente André Renaudin, Directeur général d'AG2R La Mondiale. Quid des entreprises éligibles ? BPIFrance entend sélectionner 50 à 100 entreprises selon des critères de taille, de pérennité (plus de 3 ans d'existence), de risque

crédit, de structure financière et d'attention portée à la responsabilité sociétale d'entreprise (RSE). Quant aux prêts financés par ce fonds, ils auront une maturité longue avec une durée de 10 ans, seront amortissables avec un différé d'amortissement de 3 ans et porteront sur des montants unitaires de 0,5 M€ à 5 M€. BPIFrance assurera la gestion des prêts auprès des entreprises clientes. Selon Nicolas Dufourcq, directeur général de BPIFrance, ce partenariat avec AG2R La Mondiale, une des plus grandes références dans la gestion de l'épargne en France, va concourir à la réussite de cette première campagne des Prêts d'avenir et ainsi renforcer le financement de l'économie française. Nous nous réjouissons de ce projet commun et innovant qui illustre parfaitement l'ambition de BpiFrance de travailler aux côtés d'acteurs privés pour favoriser l'investissement dans les PME et les ETI » Enfin, le fonds de dette a pour objectif cible 200 M€ de prêts, commercialisés essentiellement durant le premier semestre 2014. Ces prêts seront octroyés par BpiFrance qui souscrira à hauteur de 20 % dans le fonds, La Mondiale en finançant 80 %. Un barème proposera des taux fixes indexés sur la qualité de l'émetteur, mesurée par une notation de crédit externe au moment de l'octroi du prêt.

**bpi**france



**AG2R LA MONDIALE**



## 2.2 Accords de partenariats

### Bluelinea signe un accord avec Médecin Direct

L'opérateur annonce la signature d'un partenariat avec Médecin Direct au terme duquel il proposera à ses abonnés et leurs du téléconseil médical.

En créant cette offre commune, Bluelinea entend aller plus loin dans l'accompagnement de ses abonnés mais aussi de toute personne fragile et dépendante. Ce service initialement réservé aux abonnés de Bluelinea et à leurs aidants, sera ouvert au grand public dans les prochaines semaines. Le mode opératoire de cette prestation est simple. D'un simple contact téléphonique, l'abonné, ou toute personne ayant besoin de conseils ou d'avis médical adapté, peut échanger avec un médecin ; ce qui permet d'aider à la compréhension d'un symptôme, d'un diagnostic, d'un traitement ou d'être orienté vers son médecin traitant, les services d'urgences ou un pharmacien. Ce service de téléconseil en médecine facturé 19,90 € par appel, ne fait pas l'objet d'aucun remboursement par l'Assurance Maladie. Au travers de ce partenariat, la volonté commune de Bluelinea et de Médecin Direct est de favoriser

l'accès aux conseils médicaux, d'éviter les hospitalisations non justifiées, de soutenir et mieux accompagner l'entourage. Cette offre s'inscrit parfaitement dans la politique d'amélioration des conditions du maintien à domicile, au cœur de la future loi sur la transition démographique.

Enfin, tous les professionnels de santé de Médecin Direct sont inscrits au CNOM. Et sont tous formés à cet exercice de téléconseil, dans le respect de la déontologie. Ils apportent un accompagnement médical complémentaire de qualité et une information personnalisée et humaine.

### LesFurets.com accueille Smatis France

Dans la perspective de proposer davantage de choix aux internautes, la plate-forme de comparaison accueille un nouveau partenaire, en l'occurrence Smatis France.

En ouvrant sa plate-forme de comparaison à la Smatis, LesFurets.com élargit son panel d'assurance santé. Cette mutuelle complémentaire santé lui permet de porter le nombre de ses partenaires à plus de 45 assureurs. Résultat, l'internaute accède à toujours plus d'offres. « Agrandir notre panel d'assureurs pour donner toujours plus de choix aux consommateurs est une priorité pour LesFurets.com. Avec l'intégration de l'offre santé de SMATIS France, nous permettons ainsi à l'internaute de comparer plus d'offres et de souscrire une assurance santé adaptée à ses besoins », déclare Hamid Benamara, Directeur Général LesFurets.com.

Adhérente de la Fédération Nationale de la Mutualité Française (FNMF) la Smatis s'appuie sur un réseau de 18 agences dans tout le pays. Elle protège plus de 130 000 personnes (entreprises et particuliers compris). Ses offres santé prennent en considération l'évolution des besoins réels de chacun et s'adaptent à tous les budgets.



## SPB renforce ses activités en France comme à l'étranger

**Alliance au Benelux avec CAP Protection et renforcement de l'activité historique de télévente d'assurance à travers une nouvelle implantation à Mérignac, le leader européen de l'affinitaire multiplie des initiatives en vue de soutenir son développement.**

SPB, leader européen des assurances et services affinitaires pour de grandes marques, et le courtier belge CAP Protection viennent de nouer un partenariat. Sa vocation est de renforcer la présence commerciale des deux acteurs au Benelux. Dans la corbeille de la mariée, le courtier apporte la connaissance du marché local. Elle sera conjuguée à la taille du groupe SPB en vue de leur permettre de proposer aux clients de la région Benelux de nouvelles offres d'assurances affinitaires ainsi que de meilleurs services. Chris Staal, directeur général de CAP Protection, pilotera également l'ensemble des activités SPB au Benelux, depuis Anvers. Commentant cette opération, il a déclaré : « Nous sommes très contents d'avoir noué une alliance avec une entreprise familiale dont le dynamisme est similaire au nôtre. Ainsi nous pourrions renforcer notre présence au Benelux avec, pour nos clients, des nouvelles offres d'assurances affinitaires et des meilleurs services. » Et

Jean-Marie Guian, président du directoire du groupe SPB, d'ajouter : « Nous nous félicitons de l'alliance avec CAP Protection avec qui nous partageons une vision commune du métier de l'assurance affinitaire et qui crée de nouvelles opportunités d'assurances, d'extensions de garanties et de services attractives pour les grandes marques de la région Benelux. » Paral-

lèlement, SPB poursuit sa stratégie de développement en France. Il vient d'annoncer le renforcement de son activité historique de vente d'assurances par téléphone (télémarketing) en s'implantant à Mérignac où 100 postes sont à pourvoir. Cette région bordelaise dispose d'un bassin d'emploi attractif avec des compétences disponibles en télémarketing. A ce titre, SPB recrute une centaine de conseillers clientèle, superviseurs et coachs qualité et prévoit d'ouvrir ses portes au cours de l'été. Pour Jean-Marie Guian, « SPB qui signifie originellement Société de Prévoyance Bancaire, est une entreprise familiale qui est devenue en presque 50 ans, leader européen des assurances et services affinitaires pour de grandes marques. Acteur majeur du développement économique en France, SPB est une entreprise dynamique en plein essor. Nous tenons à remercier les pouvoirs publics locaux qui ont facilité notre implantation, notamment Bordeaux Gironde Investissement, la ville de Mérignac et le Pôle Emploi de Mérignac. » En 2013, dans le cadre de son activité de télémarketing, SPB a effectué des campagnes d'emailings qui ont généré plus de 430 000 adhésions.

# 3

## MARKETING

### 3.1 Innovations produits/Services sur Internet

#### Mondial Assistance et le GMPA : un contrat d'assistance à destination des militaires

« Assistance Affectation » est la nouvelle offre mise au point par les deux acteurs afin de proposer aux militaires affectés à l'étranger et outre-mer de bénéficier d'une solution sur mesure en matière d'assistance.

Cette nouvelle solution a été créée par Mondial Assistance pour le Groupement Militaire de Prévoyance des Armées (GMPA), au terme d'une réflexion commune. Elle s'adresse aux adhérents de cette structure spécialiste de la protection sociale des militaires, pompiers, policiers et douaniers. Elle constitue un programme d'assistance complet. A ce titre, elle prend en considération toutes les spécificités et les besoins d'une affectation à l'étranger et outre-mer. Elle permet de faire face à des circonstances particulières dont la gestion peut s'avérer d'autant plus difficile qu'on est éloigné de chez soi.

« Assistance Affectation » concerne les adhérents du GMPA en perspective ou en cours d'affectation. Le contrat couvre tous les pays et toutes les zones géographiques où l'armée française est présente. Il peut être souscrit auprès des conseillers GMPA en individuel ou pour une famille (couverture de tous les membres de la famille accompagnant l'adhérent). Ce programme couvre tous les besoins et toutes les circonstances difficiles pouvant affecter un militaire ou un policier en mission, avec des

dispositions particulièrement enrichies pour les ayants droits : aspects logistiques et financiers des retours d'urgence, des évacuations médicales ; avances de fonds, conseils médicaux et juridiques.



Plus en détail, cette nouvelle offre propose des médecins régulateurs et un plateau médical disponible 24h/24 et 7j/7 ; des médecins et infirmières équipés de matériel autonome pouvant intervenir dans le monde entier, quelles que soient la situation et la pathologie. A cela s'ajoute le transport et le rapatriement, ainsi que celui des proches, en cas de mala-

die, d'accident ou de décès ; des tarifs qui varient selon la zone géographique dans laquelle l'adhérent est affecté, qu'il parte avec ou sans famille ; la possibilité d'échelonner le paiement des cotisations jusqu'à 10 fois.

## Thélem assurances : vers une nouvelle gamme multirisque professionnelle

Le 24 mars prochain, l'assureur lancera sa nouvelle gamme multirisque entreprise professionnelle destinée aux artisans, commerçants, professions libérales et petites entreprises. Elle s'articule autour d'une offre de base packagée et complétée par des options autour de besoins spécifiques.

La nouvelle gamme multirisque professionnelle de Thélem assurances apporte une réponse ciblée aux attentes de ces professionnels. « L'exhaustivité des garanties et les nombreuses combinaisons possibles en font un produit innovant », explique l'assureur. La gamme est composée de deux formules de base packagées qui couvrent les risques standards. La garantie pertes d'exploitation fortement recommandée dès la formule N°1 est prévue en base dans la seconde, avec une durée d'indemnisation de 18 mois. Ces deux offres de base très complètes (inondation, assistance, frais de retrait...) peuvent être enrichies par neuf renforts modulables optionnels parmi lesquels la garantie pertes d'exploitation étendues (durée d'indemnisation 24 mois), celle couvrant la variation de stock, l'offre mobilité (marchandises transportées et exposées), la garantie aménagements extérieurs ou la protection juridique professionnelle. Cette gamme est complétée par une formule sur-mesure et une dédiée aux non exploitants. Thélem assurances prévoit d'accompagner son réseau de distribution dans la maîtrise et la vente du nouveau produit grâce à un dispositif de formation ambitieux. Le lancement de cette offre s'intègre dans une stratégie de conquête de la cible des professionnels, initiée avec la mise en marché de la gamme Prévoyance en 2013. Selon Jacques Pascal, directeur de l'offre et des services de Thélem assurances, « nos agents, eux-mêmes des professionnels, connaissent parfaitement les problématiques des entrepreneurs auquel le produit s'adresse. Ancrés de manière pérenne sur leur territoire et disposant de relations de proximité avec leurs pairs, ils sont les mieux placés pour vendre cette gamme. L'ensemble de notre réseau est mobilisé autour de ce gisement de croissance grâce à la simplification de l'offre et des méthodes de gestion».

Thélem assurances a conçu un dispositif de formation exhaustif de quatre jours dont vont bénéficier près de 300 agents, collaborateurs d'agences et courtiers. Initié en février et déployé avec l'appui d'un partenaire extérieur, il se compose d'un premier module de deux jours portant sur la découverte du produit, des outils de gestion et des spécificités de ce marché. Deux mois plus tard, les inspecteurs commerciaux Thélem assurances dispenseront un second module de deux jours permettant de compléter la connaissance technique des produits et soutenir la démarche commerciale des agents. Enfin, la direction commerciale de Thélem assurances a mis au point plusieurs outils destinés à faciliter le déploiement, par chacun de ses agents, de leur propre stratégie de conquête commerciale. Ils seront, par exemple, aidés par un livret d'opportunités, qui leur permettra d'identifier les spécificités et les opportunités de leur zone de prospection. Par ailleurs, des outils de diagnostic ont également été élaborés pour que les agents puissent facilement déterminer les besoins d'assurances de leurs prospects et simplifier au maximum la démarche de vente.

Du reste, d'ici à la fin de l'année 2014, les professionnels bénéficieront d'une offre complète. L'assureur, qui se repositionne sur ce marché avec le lancement de cette gamme, a initié cette démarche en 2013 avec sa gamme Prévoyance. Elle sera complétée, avant la fin de l'année 2014, avec la proposition d'une solution collective complémentaire santé répondant aux obligations de l'ANI.

## 3.2 Offre Produits/Services sur Internet

### Télémédecine : Globe-Docteur.com désormais ouvert en France

Ce nouveau site de télémédecine vient d'ouvrir son IHM en France. Il a été lancé sur le concept des sites de e-santé, en pleine croissance aux États-Unis, au Canada mais aussi en Suisse. SA vocation, créer un colloque distant entre médecins et patients sur une question médicale.

Globe-Docteur.com, créé par Elie Boudara, en synergie avec un pool de médecins-conseils, vient d'ouvrir ses portes en France. Selon ses géniteurs, il n'a pas pour vocation de « remplacer une consultation en cabinet ». En revanche, Elie Boudara a constaté que près de huit contacts sur dix avec un médecin peuvent se régler à distance, pour peu que le praticien dispose d'une interface efficace. Facile d'utilisation, ce site permet à un e-patient d'échanger avec un médecin à distance. Il lui suffit de s'inscrire, de remplir un rapide questionnaire médical et de demander un rendez-vous. Il entre ensuite dans une salle de consultation virtuelle où il peut échanger par visioconférence avec son médecin, dialoguer par écrit et lui envoyer les documents nécessaires (analyses, radios, photos...). Les médecins de Globe-Docteur font un compte-rendu de la consultation que le patient peut transmettre à son médecin traitant. La totalité

des données recueillies est sécurisée et cryptée, s'empresse de rappeler le nouvel entrant. Seul le médecin consulté accède au dossier du patient sauf si ce dernier décide de le partager avec d'autres médecins du site pour continuer son parcours de soins. Cette plate-forme s'adresse à toutes les personnes confrontées à une question médicale. Elle concerne tout particulièrement les expatriés, les touristes francophones, les étrangers qui connaissent la réputation des « French doctors » mais également les habitants vivant dans les déserts médicaux français et qui ont la plus grande difficulté à décrocher des rendez-vous.



### 3.3 Communication

#### AMPLI Mutuelle reçoit le Label d'Excellence 2014

Le contrat d'assurance vie AMPLI-GRAIN 9 de cette structure a été distingué par les Dossiers de l'Épargne.

Ce placement d'assurance vie en euro a obtenu le label d'excellence des Dossiers de l'Épargne. Destiné à l'épargne des TNS, il offre des performances, une régularité et une sécurité récompensées une nouvelle fois.

Selon Ampli Mutuelle, AMPLI-GRAIN 9 est un excellent rendement avec un taux en hausse à 3,60 % en 2013 (net de frais de gestion et hors prélèvements sociaux). La totalité des bénéfices de placements est distribuée ; l'investisseur bénéficie d'un bonus fiscal progressif, à partir de la 4<sup>ème</sup> année (exonérations des plus-values et de droits de succession en cas de décès). Il est garanti par la CNP.

AMPLI Mutuelle voit le jour en 1968 grâce à des professionnels libéraux qui imaginent des produits 100 % compatibles avec leurs besoins personnels et professionnels. Atypique, son essor

est dû au bouche-à-oreille créé par des réseaux sociaux amicaux et professionnels et à sa capacité d'innovation de produits très vite reconnue. Précurseur, AMPLI Mutuelle se démarque aussi dès l'origine en choisissant de gérer la relation avec les adhérents totalement à distance (téléphone, courrier et Internet), évitant ainsi les frais de gestion inhérents à un réseau de correspondants ou agences. Elle propose à ses adhérents une large gamme comprenant de la complémentaire santé, de la prévoyance, de l'épargne, de la retraite et de la responsabilité civile professionnelle médicale.

#### La LMDE interpelle les candidats aux élections municipales

Face à la situation sanitaire et sociale des jeunes qu'elle juge critique, la LMDE interpelle les candidats aux élections municipales. Elle leur demande d'apporter des réponses locales aux problématiques rencontrées par cette frange de la population.

Pour la LMDE, les jeunes peinent à subvenir à leurs besoins. Et de ce point de vue, font partie de ces Français qui, obligés d'arbitrer entre les dépenses de santé et les autres, sacrifient souvent les premières à l'autel de la survie. Ainsi, 1 jeune sur 3 a déjà renoncé à consulter un médecin. Par ailleurs, « les jeunes découvrent un système de protection sociale fragilisé et qui peine à répondre à leur situation ; aujourd'hui la sécurité sociale ne rembourse, par exemple, plus qu'un euro sur deux s'agissant de la médecine de ville. De plus, les jeunes ne parviennent pas à maîtriser son fonctionnement, complexifié par les réformes successives de l'Assurance Maladie. Enfin, les politiques de prévention conduites à leur égard sont aujourd'hui trop peu nombreuses, seuls 2 % des dépenses de santé en France y sont consacrées », constate, la LMDE. »

Face à ces carences et à cette fracture sanitaire et sociale, l'assureur invite les candidats politiques aux municipales à présenter les mesures qu'ils prévoient pour améliorer la situation des jeunes. Et pour cause, « par leur périmètre

d'action, les communes ont la possibilité de mettre en œuvre des politiques répondant aux besoins sanitaires et sociaux [de cette population]. Sans attendre leurs réponses, l'assureur des étudiants formule une batterie de propositions : lever les barrières culturelles et sociales des jeunes par un accompagnement renforcé dans leur autonomie sanitaire par la mise en place de dispositifs d'accueils lors de la rentrée universitaire ; faire abstraction des blocages financiers à l'accès aux soins en mettant en place des structures garantissant l'accès à des consultations médicales à moindre coût dans l'ensemble des municipalités ; enfin, rénover les pratiques de prévention lors des soirées festives via des dispositifs innovants de prévention et d'éducation à la santé. Grâce à son implantation sur l'ensemble du territoire métropolitain et ultramarin, la LMDE s'adresse entend donc interpeller tous les candidats et candidates aux élections municipales afin de « sensibiliser les villes sur leur rôle pivot en matière de réduction des inégalités de santé. Pour améliorer la santé des jeunes, il est désormais temps de passer aux actes ! »

# 4

## SYSTEMES D'INFORMATION

### 4.1 Logiciels & applications

#### Groupe Covéa : WebXL centralisera les référentiels de réassurance

Dans un contexte de mise en œuvre d'un système global de gestion de la réassurance, le groupe Covéa (MAAF, MMA et GMF) a retenu la plate-forme WebXL d'Effisoft pour harmoniser ses différentes bases de données.

Toutes trois utilisatrices historiques de WebXL, MAAF, MMA et GMF ont décidé, pour des raisons de rationalisation, de fusionner leurs projets et de se doter d'un système global, dans le prolongement de la création de la Direction des Cessions en Réassurance Covéa.

Dans la foulée de ce rapprochement, le groupe a envisagé d'unifier les référentiels de ses différentes entités au sein d'une plateforme unique. Un projet conduit en partenariat avec l'éditeur. Le travail de ses équipes a consisté à analyser les processus mis en œuvre dans chacune des entités et les harmoniser dans un seul et même système cible. En interne, la maîtrise d'ouvrage s'est chargée de superviser et piloter toutes les étapes du déploiement tandis que la maîtrise d'œuvre a pris en main la mise en place de l'architecture informatique. Ces équipes ont travaillé en étroite collaboration avec les intervenants externes. Ainsi, Effisoft a apporté l'expertise fonctionnelle et les capacités de développement, tandis que l'accompagnement projet a été assuré par le cabinet de conseil KPMG. Bien entendu, une étude préalable s'imposait. Conduite en 2011, elle a ouvert la porte à des travaux de réalisation, puis à une mise en production en octobre 2012. Ce dans les délais définis, avec toutefois des ajustements à réaliser en matière de convergence des procédures et de préparation à Solvabilité II, notamment. « Au terme d'une année de projet ayant mis à contribution au sein de Covéa, la maîtrise d'ouvrage, les utilisateurs réassurance pour leur connaissance métier, la direction informatique ainsi que les consultants Effisoft pour leur expertise fonctionnelle et technique du progiciel, Covéa est désormais doté d'un outil de gestion de réassurance groupe. Cette étape, fondamentale dans une démarche de mutualisation, permettra à terme d'harmoniser et de rationaliser les pro-

cessus comptables et de consolidation de réassurance du groupe tout en respectant les besoins de réassurance de chacune des sociétés du groupe, concourant ainsi à l'atteinte des objectifs de Fast Close imposés par la directive Solvabilité II. Enfin, la direction de la réassurance de Covéa pourra s'appuyer sur l'outil WebXL pour un meilleur pilotage interne de l'activité de réassurance au niveau du groupe. », explique Mathieu RAZAFI, Responsable de projet chez KPMG. Au terme de ce processus, la production des comptes depuis cette plateforme centralisée a pu être réalisée. Aujourd'hui, WebXL compte 50 utilisateurs. « Malgré la complexité liée aux différences de gestion entre les trois entités du groupe, les chantiers ont été menés à bien en moins de 12 mois. Cet excellent résultat a notamment pu être atteint grâce aux différentes parties prenantes, internes et externes à Covéa, qui ont fait preuve d'une grande expertise et d'une réelle implication », explique Julien Victor, Directeur Général d'Effisoft.

Ce projet s'inscrit dans le cadre des contraintes réglementaires Solvabilité II dans la mesure où Covéa peut désormais justifier d'un système d'information de réassurance centralisé. « C'est une tendance qu'on retrouve chez beaucoup de nos utilisateurs. La réassurance consiste par définition à céder des risques, ce qui permet de diminuer le niveau de provisions requis. Une démarche d'automatisation des opérations de réassurance aboutit de plus à un raccourcissement des délais de clôture, ce qui est essentiel compte tenu des rythmes trimestriels imposés par Solvabilité II. Enfin, un outil comme WebXL permet de produire les états réglementaires réassurance réclamés au titre du pilier 3 tout en respectant les exigences en matière de traçabilité et d'auditabilité des données fixées par le régulateur », confirme Julien Victor.

## 4.2 Ingénierie - Prestations intellectuelles – Formations

### Baromètre Syntec Numérique – BVA : 20 % de Français utilisent le Cloud

Dernier en date, le baromètre Syntec Numérique BVA mesure la relation entre les Français et le Cloud, leur connaissance et l'utilisation qu'ils en font. Pour cette nouvelle livraison, 1 français sur cinq a accès à des ressources hébergées dans le nuage.

Si l'on en croit les résultats de cette enquête, le Cloud apparaît comme l'outil idéal des Français pour partager avec leurs proches un même contenu, de n'importe quel endroit et sur plusieurs appareils. Il est pour les usages numériques, tant professionnels que personnels, une véritable révolution. Pour autant, il suscite encore quelques interrogations chez les utilisateurs. Pour la moitié de ces derniers, les données sont mal protégées dans le Cloud ; ce résultat est notamment lié à une certaine méconnaissance de ce nouvel environnement. Ils ont besoin d'être rassurés quant à la confidentialité de leurs données : un effort de pédagogie doit être fait pour continuer à les convertir au Cloud, non seulement sur les bénéfices, mais aussi sur la sécurité apportée. Convaincus de l'utilité de cette nouvelle pratique, les Français veulent savoir que leurs données privées sont protégées sur l'ensemble de leurs terminaux - ordinateur, tablette ou Smartphone. Lever cette crainte sera un levier fort pour les accompagner vers le Cloud. Quoi qu'il en soit, les Français trouvent des avantages multiples à l'informatique dans le nuage. Pour 56 %, il propose un accès à ses contenus de n'importe où et à n'importe quel moment ; selon 42 %, il offre une garantie de sécurité si le disque dur local ne fonctionne plus ; pour 40 %, il s'agit d'un système de stockage supérieur à celui d'un ordinateur ou d'un disque dur externe ; enfin, selon 40 %, il permet une visualisation des données sur tous les écrans. Selon Bruno Vanryb, président du collège Editeurs de Syntec Numérique, ce « baromètre démontre que le Cloud Computing est de plus en plus présent dans les usages des Français. Lorsque l'on les interroge sur leur utilisation personnelle pour stocker ou partager des documents numériques, nous réalisons qu'ils sont déjà un sur cinq à recourir au Cloud. Ce taux de pénétration est très promet-

teur pour une innovation aussi récente : il ne peut qu'augmenter. Notre rôle est de les accompagner dans ces nouveaux usages qui, nous en sommes convaincus, sont l'un des éléments clés du virage numérique que la France a pris ».

Indépendamment de la courbe d'apprentissage des nouvelles technologies, « de nombreux facteurs peuvent conditionner l'appropriation du Cloud par les Français. Parmi eux, le baromètre fait ressortir naturellement les mots clés qu'ils associent au Cloud : nomadisme, accessibilité, stockage, partage et sécurité », explique Syntec Numérique.

#### Méthodologie

Cette enquête a été réalisée auprès d'un échantillon de Français recrutés par téléphone et interrogés par Internet (il ne s'agit pas d'un access panel, ndlr) les 6 et 7 mars 2014. Sur la base d'un échantillon de 1 019 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, profession du chef de famille après stratification par région et catégorie d'agglomération.



# 5

## CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

### 5.1 Actualité sociale

#### Etude Humanis : Seul un expatrié français sur 10 a une protection sociale complète

Selon l'étude d'Humanis réalisée avec CSA et lepetitjournal.com, seul un expatrié français sur 10 a une protection sociale complète regroupant à la fois des garanties en santé, prévoyance, retraite et assistance.

Dans le cadre du salon « S'expatrier Mode d'Emploi » qu'il vient de co-organiser en vue de mieux informer les candidats au départ à l'étranger, le groupe de protection sociale a dévoilé une étude soulignant que seulement 10 % de Français expatriés ont une couverture complète. Aujourd'hui, les Français expatriés ne sont que 10 % à posséder une protection sociale complète réunissant à la fois la santé, la prévoyance, la retraite et l'assistance-rapatriement. D'autre part, deux expatriés sur trois (64 %) estiment être mal informés sur leur couverture sociale. Pire, plus de la moitié (54 %) des Français installés à l'étranger n'a rien prévu avant son départ. A l'arrivée, 15 % des expatriés n'ont aucune couverture sociale et ne sont donc pas protégés du tout. Toutefois, la plupart des expatriés français (85 %) possède au moins une couverture sociale. La première protection qu'ils souscrivent reste la santé (81 %), devant la prévoyance (39 %), l'assistance (33 %) et la retraite (27 %). Dans le premier cas, leur principale motivation est de conserver un lien avec la Sécurité sociale française (26 %) en laquelle ils ont confiance. « Parce que la continuité avec le système français rassure les expatriés, Humanis leur propose la protection sociale « à la française », grâce à un guichet unique en partenariat avec la Caisse des Français de l'Etranger. Il est essentiel pour Humanis que les Français qui choisissent la mobilité internationale soient bien protégés face aux risques et à l'avenir », déclare Fabienne Petit, directrice Marketing, Nouveaux Services, Digital

et International du groupe Humanis. Conscient de ces carences, Humanis a co-organisé le salon S'expatrier Mode d'Emploi qui a tenu sa sixième édition à la Maison Internationale de la Cité Universitaire de Paris (14e). Un espace qui a réuni huit organismes spécialistes de l'expatriation (1). Et permet à tous les candidats au départ à l'étranger qu'ils soient salariés, créateurs d'entreprises, étudiants ou retraités de s'informer sur des sujets essentiels comme l'emploi, la fiscalité, la santé, la retraite ou l'épargne.

(1) - La Caisse des Français de l'étranger (CFE), la Caisse Nationale de l'Assurance Vieillesse (CNAV), le Centre des Liaisons européennes et internationales de Sécurité Sociale (CLEISS), le groupe Humanis (santé, prévoyance, retraite), les Notaires de France, la Maison des Français de l'Etranger (MFE), la Direction générale des Finances publiques (service des impôts des particuliers non résidents et le pôle de fiscalité immobilière), Pôle Emploi. Méthodologie : Cette étude a été réalisée par le CSA en partenariat avec lepetitjournal.com sur la base d'un échantillon de 918 Français résidant à l'étranger âgés de 18 ans et plus, représentatif selon la méthode des quotas, interrogé en janvier 2014.

## 5.2 Santé

### Alzheimer et maladies cardiovasculaires, mêmes résultats ?

Une étude conduite aux Etats-Unis situe au même rang cette pathologie et les maladies cardiovasculaires voire le cancer. En fait, elle tuerait beaucoup plus que les statistiques avancées.

Selon une enquête de la revue *Neurology*, la maladie d'Alzheimer serait à l'origine d'un nombre autrement plus important de morts que l'on ne le croyait. Ses statistiques en la matière tutoieraient même celles des maladies cardiovasculaires ou le cancer. Actuellement, cette maladie neuro-dégénérative est classée au sixième rang sur la liste américaine des pathologies les plus meurtrières, sachant que accidents cardio-vasculaires et cancers occupent les deux premières places.

Les personnes âgées, victimes de cette maladie, souffrent également de pathologies multiples. Pour cela, il est souvent préféré d'inscrire dans les actes de décès, un arrêt du cœur ou une pathologie pulmonaire à la place de la démence. Résultat, un volume de décès beaucoup plus important devrait être attribué à la maladie d'Alzheimer, indique l'étude. Selon le site Agevillage, qui relaie cette information, « cette enquête a été conduite sur un groupe de 2.566 personnes dont la moyenne d'âge était de 78

ans. Huit ans après le début de cette enquête, 1 090 patients étaient décédés et plus de la moitié d'entre eux (559 exactement) avaient développé la maladie d'Alzheimer. Une autopsie a certifié que les patients souffraient bien de cette forme particulière de neurodégénérescence cérébrale. Le taux de mortalité était quatre fois plus élevé dans le groupe des 75 à 84 ans et trois fois plus important dans le groupe des plus de 85 ans. » Enfin, pour Agevillage, « si l'on extrapole ces chiffres à la population américaine, on obtient plus de 500.000 décès chez les plus de 75 ans en 2010, chiffre qui pulvérise les 83.000 décès officiellement imputables aux maladies neurodégénératives sur la même période. »

# 6

## NOMINATIONS

### 6.1 Nominations

#### Nominations chez MorningStar

Alex Morozov, CFA, est nommé directeur de la recherche actions pour l'Europe, et Allen Good, CFA, Philip Gorham, CFA, FRM, et Allan Nichols, CFA, en tant qu'analystes financiers senior actions. L'équipe est basée à Amsterdam.

« Nous couvrons les actions européennes depuis de nombreuses années et notre investissement dans une équipe d'analystes locaux en Europe vient renforcer notre engagement à fournir aux investisseurs de la recherche et des évaluations fiables sur les actions pour les aider à prendre les meilleures décisions d'investissement », explique Heather Brilliant, directrice mondiale de la recherche actions et crédit de Morningstar. « En ajoutant des analystes sur le terrain en Europe, nous serons en mesure d'approfondir la connaissance des sociétés eu-

ropéennes que nous couvrons, de produire plus rapidement des commentaires sur les valeurs, de rencontrer les directions des entreprises locales plus souvent et ainsi de servir nos clients européens plus efficacement. »

# 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