CAPA CONSEIL

CAPA *Hebdo*

Le regard de CAPA Conseil sur l'actualité de l'assurance et de l'épargne

DECRYPTAGE

Reportage :

Europ Assistance accélère dans la téléassistance

PAGE 6

L'essentiel de la semaine

Stratégie – page 8

MAIF Associations & Collectivités : nouveau numéro rime avec évolution organisationnelle

Marketing – page 9

APRIL optimise son contrat Prévoyance pour les TNS

Marketing – page 10

Cardif Elite à l'assaut du marché

Systèmes d'information – page 13

Allianz Real Life prend son envol en France

Systèmes d'information – page 14

ROOMn 2014 a ouvert ses portes à Deauville

Systèmes d'information – page 15

Cincom ECM et l'OCIRP récompensés par Xplor France

1
L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

MAIF Associations & Collectivités : nouveau numéro rime avec évolution organisationnelle

L'assureur militant vient d'équiper sa structure MAIF Associations & Collectivités d'un numéro de téléphone unique. Un guichet fédérateur qui permet aux sociétaires de cette branche de bénéficier d'une interaction simplifiée avec la mutuelle. Parallèlement, une organisation par pôle régional a été mise en place et dédié aux associations et collectivités.

(Lire page 8)

APRIL optimise son contrat Prévoyance pour les TNS

En vue de faciliter la vie à ses assureurs-conseils sur le marché des travailleurs non salariés (TNS), le grossiste a réajusté son offre de prévoyance dédiée à cette cible.

(Lire page 9)

Cardif Elite à l'assaut du marché

Le bancassureur vient de lancer un nouveau contrat d'assurance vie haut de gamme : Cardif Elite. Une offre qui répond aux attentes des CGPI et de sa clientèle patrimoniale.

(Lire page 10)

Allianz Real Life prend son envol en France

Poursuivant sa stratégie digitale, l'assureur français vient de dévoiler une nouvelle approche de présentation de son offre dans une logique interactive et ludique, Web 2.0 oblige.

(Lire page 13)

ROOMn 2014 a ouvert ses portes à Deauville

Depuis hier, 2 avril, le Salon Roomn a ouvert sa deuxième édition au Centre international de Deauville. Cet événement centré sur la mobilité, thématique d'actualité organisée sur deux jours. Le cru 2014 accorde la part belle à l'innovation.

(Lire page 14)

Cincom ECM et l'OCIRP récompensés par Xplor France

La branche ECM de l'éditeur et son client, l'OCIRP ont reçu le Prix Innovation Documentaire décerné lors du Palmarès Xplor France 2014 qui s'est tenu le 26 mars dernier à Paris.

(Lire page 15)

SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Stratégie | page 6

Europ Assistance accélère dans la téléassistance

1 L'EDITO DE LA SEMAINE

Un nouveau pacte après la baston 5
Europ Assistance accélère dans la téléassistance 6

2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

2.1 Stratégie 8
MAIF Associations & Collectivités : nouveau numéro rime avec évolution organisationnelle .. 8

3 MARKETING

3.1 Innovations Produits/Service 9
APRIL optimise son contrat Prévoyance pour les TNS 9
Cardif Elite à l'assaut du marché 10

3.2 Communication 10
Allianz France équipe ses commerciaux d'un iPhone 5C 10
METLIFE donne les clés de l'assurance emprunteur au Salon de l'immobilier 11

3.3 Service client-fidélisation 12
Banque Populaire Atlantique : vers une généralisation d'ACCEO 12

4 SYSTEMES D'INFORMATION

4.1 Internet / Multimédia 13
Allianz Real Life prend son envol en France 13
ROOMn 2014 a ouvert ses portes à Deauville 14

4.2 Logiciels & applications 15
Cincom ECM et l'OCIRP récompensés par Xplor France 15

5 CONJONCTURE ECONOMIQUE ET SOCIALE

5.1 Perspectives de croissance économique 16
Coface : La Colombie prend la tête des PPICs 16

5.2 Actualité sociale 17
Le CESE désavoue le projet de loi Delauney 17

5.3 Santé **18**
Santé des jeunes : La LMDE interpelle la ministre de la santé 18

6 NOMINATIONS

6.1 Nominations **19**
Nominations au sein de SQLI 19

L'EDITO DE LA SEMAINE

Par Emmanuel Mayega

Un nouveau pacte après la baston

Drôle de politiques. Intelligents comme tout le monde le sait car faisant souvent partie de l'Enarchie, ils peinent à être sages. Normal, on ne peut pas tout avoir. Mais alors, pourquoi leur faire toujours confiance ?

Pour peu, on aurait l'impression qu'ils agissent avant de réfléchir. Comment pourrait-il en être autrement quand on voit que le pacte de responsabilité vient d'hériter d'un frère, jumeau, ou plutôt siamois : le pacte de solidarité. Pourquoi pas avant ? Entre temps, les élections municipales sont passées par là ! Et obligé le président de la République à trouver une nouvelle parade. Exit le fidèle Jean-Marc Ayrault, sacrifié à l'autel de la Real politik. Vive Manuel Valls, le plus libéral des socialistes, a-t-on coutume de dire. Est-ce pour lui trouver un thermostat en cas de surchauffe libérale que le Président lui confie de mettre en musique le pacte de solidarité ? Son prédécesseur n'avait-il pas le profil de l'emploi pour conduire un tel chantier ? Son style de gentil tonton l'y prédestinait sans aucun doute. Mais seulement, voilà, nos grands intellectuels et nains politiques avaient purement et simplement oublié ce volet que les électeurs de gauche ont pris le malin plaisir de leur rappeler. Ainsi va la politique, notre politique, portée par des têtes bien pleines mais franchement mal programmées pour nous conduire vers la prospérité.

Au-delà de ce constat qui choquera plus d'un parmi vous se disant que de tels propos n'ont rien à voir dans ces colonnes, constatons la tardive (ré)action de l'exécutif face à un pays en proie à des difficultés sur tous les fronts. La Sécurité sociale, un des sujets de ce pacte de solidarité avec l'emploi et le pouvoir d'achat ne cesse de se morfondre dans le rouge. On nous promet du coup qu'avec cette nouvelle formule magique, elle reprendra des couleurs. Ce qui la sauvera mais ne saurait arrêter le désengagement de l'Etat qui pousse beaucoup à ne plus se soigner, faute de moyens. Que dire de la diminution d'impôts promise par le Président qui « aime les gens, pas l'argent » ? Difficile de croire qu'il a fallu une véritable baston de la gauche aux locales pour voir enfin arriver une ribambelle de bonnes nouvelles ! Difficile. Aux européennes, que fera l'Exécutif ? Privé de fusible (ce n'est pas *fair* pour l'ancien prof d'allemand, je vous le concède mais c'est pourtant vrai), quelle mesure nous sortira-t-il ? Je vous le promets, nous aurons, à tout le moins, une belle réforme de l'assurance vie, bien plus hardie que celle qui a accouché des Euro Croissance. Mais comme beaucoup auront été dégoutés par l'envie d'épargner en France, ce sera un coup d'épée dans l'eau. Et même les pauvres assurés qui devront désormais se payer une seule paire de lunettes tous les deux ans n'y trouveront pas leur compte. C'est dire.

Plus sérieusement, vous l'aurez compris, l'heure est grave. Par ces temps de crise, chaque minute compte. Chaque mesure doit être (re)pensée, testée et passée au crible. Le pacte de responsabilité devait être assorti, dès le départ d'un pendant solidaire. Certains l'ont dit ; mais ils ont tort de n'avoir pas été élus Président. En clair, nous avons tous les politiques que nous méritons. Devons-nous pour autant nous taire ?

EMMANUEL MAYEGA
Rédacteur en chef

Europ Assistance accélère dans la téléassistance

L'inventeur de l'assistance en France a décidé de faire de la téléassistance un champ d'activité plus que jamais stratégique. Sur ce segment qui progresse en moyenne de 8 % chaque année, il intervient à travers sa filiale Europ Téléassistance. Numéro 2 en valeur de ce marché, il prépare aujourd'hui l'assistance à distance de demain. Cette dernière sera émaillée de services à valeur ajoutée. Et ira plus loin que l'urgence, qui consiste à envoyer des secours quand la personne assistée est en détresse à son domicile. Elle capitalise sur la puissance des technologies digitales qui permettent de rompre l'isolement. Ses forces ? Une expérience de plusieurs décennies, des équipes spécialisées et une organisation bien huilée qui lui a permis d'engranger jusque-là 56 000 abonnés sur un marché où les Français déclarent être pour le soutien à domicile à plus de 80 %. Eclairage d'une stratégie qui place à son cœur la qualité des prestations.

PAR EMMANUEL MAYEGA

Europ Assistance est plutôt bien connue sur le marché de l'assistance traditionnelle qu'elle a créée en 1963. L'opérateur figure au peloton de tête des acteurs de ce marché adossé à celui de l'assurance. Pourtant, il intervient dans différents autres métiers : outre l'urgence, il est présent sur le terrain du social, du domicile, du médico-social. « En fait, notre groupe s'organise autour de quatre métiers. Et la téléassistance constitue pour nous un axe stratégique de développement », déclare Philippe Gervais, Président. « Nous entendons peser sur ce créneau d'avenir en ajoutant à cette base des services innovants ».

Il est vrai, la santé de ce paysage incite à la conquête. L'an dernier, ce marché a totalisé 472 000 abonnés en France, en progression de 8 %. Le profil-type du client est une femme, âgée de 82 ans, en moyenne. Parmi les facteurs incitant à la croissance de ce segment, figure le vieillissement démographique, l'augmentation de la durée de vie et, bien entendu, le facteur isolement. « L'on estime en moyenne à 1,2 millions, le nombre de personnes de plus de 75 ans isolées en France ; enfin, les évolutions technologiques permettent d'envisager de nouveaux services inédits », poursuit le Président.

Pour adresser efficacement ce marché, Europ Assistance a mis sur pied une organisation multicanale avec des entités par cible : collectivités, banques/assurances, particuliers. Une Task force de 35 personnes est chargée de servir ce marché. Il s'agit d'un personnel hautement qualifié et sélectionné avec soin : des téléassisteurs ayant en moyenne plus de cinq ans d'expérience en général médicale ou paramédicale. Ils suivent chacun un stage de six mois avant de prendre leur fonction. Et bénéficient de piqûres de rappel chaque année.

Ils traitent tous, en moyenne 40 000 appels mensuels donnant lieu et 4 000 interventions. Polyvalents, ils interviennent sur un plateau ouvert 24/24 et 7j/7.

Si cette puissance humaine est rodée pour les services d'urgences associés à la télémédecine, les téléassisteurs du groupe sont de plus en plus sollicités pour d'autres besoins. Actuellement, « le principal recours à notre plate-forme est le besoin de lien social et d'échanges ; l'urgence est reléguée au second plan. Corollaire, elle ne représente plus que 15 % des appels », explique le Président. En fait, dans un monde où la société évolue sans cesse et apparaissent de nouveaux modes de vie et attentes, la téléassistance doit elle aussi évoluer. Cette téléassistance de nouvelle génération doit répondre aux nouveaux besoins en s'appuyant à la fois sur l'innovation technologique et sur un bouquet de services à valeur ajoutée.

Côté technologies, la connexion à distance est plus que jamais de mise, y compris dans une logique de machine to machine (M2M). Ces composants vont permettre progressivement d'adapter le logement aux besoins de la personne. Ce qui ouvrira de nouveaux champs de prise en charge à distance. Quant au volet des services, il va prendre un chemin plus innovant. Après des services de téléassistance de base, la nouvelle version de cette pratique permettra à chaque personne concernée de sélectionner ses équipements en fonction de ses attentes. Une

approche personnalisée sera donc progressivement de mise. Ainsi, si la règle de la téléassistance consistait à envoyer des secours quand une personne est en détresse chez elle, la conjugaison des services et des nouvelles technologies va progressivement en faire une exception. En fait, la montée en charge d'un nouveau bouquet de service sera de mise. Avec un nouveau positionnement pour le téléassisteur : il devient un véritable tiers de confiance dont la mission est d'organiser une vie au domicile de l'assisté. Ses caractéristiques : des prestations sécurisées et un volet prévention important.
Concrètement, à la téléassistance simple, la filiale du groupe Generali va greffer de nouveaux services parmi lesquels le soutien à domicile, et plus généralement le lien social. « Nous incluons à cette offre des actions précises comme des visites ponctuelles au domicile du patient, des services à la personne, le suivi des travaux, l'audit de l'autonomie sur le volet social, l'aide au coucher, le suivi des pathologies chroniques. Dans ce dernier cas, nous bénéficions d'une expertise acquise dans le cadre d'un partenariat conduit en synergie avec une grande banque de la place », explique Laurent Vincent, directeur des projets santé
Ces prestations ne sauraient être faites par le plateau d'assistance d'Europ Assistance. En revanche, son entité, Bien-être Assistance, prend en charge leur gestion qui mobilise plusieurs corps de métiers.
D'ores et déjà, la téléassistance nouvelle génération commence à faire parler ses réalisations. Profitant du Salon des séniors de cette année (il se tient à Paris, ndlr), la filiale d'assistance du géant de Trieste présente la solution Domtel. Elle s'appuie sur un téléphone qui joue en même temps le rôle de transmetteur pour la téléassistance. Assorti d'une touche spécifique permettant d'appeler directement la plateforme de l'assisteur, il est combiné avec un médaillon. Il offre la possibilité de programmer sept touches pour des appels faciles. Solution 2 en 1, Domtel permet aux personnes âgées de faire l'économie d'un bouton d'urgence.

En complément, la solution Géotel capitalise sur l'alliance téléphonie/assistance. Elle s'appuie sur un appareil mobile et fonctionne par abonnement (à raison de 40 euros TTC par mois. Equipé d'un GPS, il permet à son utilisateur en détresse d'appeler Europ Téléassistance à l'aide d'un bouton simple. Un SMS est envoyé parallèlement à l'opérateur qui peut ainsi géolocaliser la position de l'appelant.

Grâce à ces outils, la filiale du groupe Generali prend une sérieuse option sur un marché où ses alter ego de l'assistance investissent également. Pour se différencier, Europ Assistance met en avant ses prestations de qualités labellisés par l'AFRATA (Association française de téléassistance regroupant les principaux prestataires de ce marché. Il a participé à la création d'un label éponyme. Il s'agit d'une distinction accordée, après audit indépendant, à chaque opérateur de téléassistance qui respecte le cahier des charges défini à cette fin (respect de protocoles liés à la commercialisation, communication, installations à domicile, gestion administrative et contractuelle, SVA, etc.)

Du reste, dans un contexte politique marqué par la volonté du gouvernement de faire du métier de la téléassistance un des piliers de la Silver Economy, Europ Assistance s'engage fermement sur ce chemin comme l'illustre notamment sa participation au contrat de filière et aux réflexions sur la future loi en matière de téléassistance. En attendant, le contexte actuel est régi par la réglementation Borloo. Celle-ci sépare notamment l'urgence et la téléassistance sur un terrain où la France a encore du terrain à gagner face à ses voisins.

2
STRATÉGIE & ACTUALITÉ

2.1 Stratégie

MAIF Associations & Collectivités : nouveau numéro rime avec évolution organisationnelle

L'assureur militant vient d'équiper sa structure MAIF Associations & Collectivités d'un numéro de téléphone unique. Un guichet fédérateur qui permet aux sociétaires de cette branche de bénéficier d'une interaction simplifiée avec la mutuelle. Parallèlement, une organisation par pôle régional a été mise en place et dédié aux associations et collectivités.

Confronté à un développement soutenu de son sociétariat provenant des associations et des collectivités (plus de 4 000 sociétaires nouveaux enregistrés chaque année, ndlr), la Maif a décidé de mettre en place de nouveaux moyens d'interaction efficaces avec cette population. Parmi les dispositions prises figure le déploiement d'un numéro de téléphone unique, quel que soit le besoin de l'appelant. Désormais, il suffit à ces sociétaires de composer le 09 78 97 98 99 (Hors DOM. Appel non surtaxé, coût selon opérateur) pour contacter les services souhaités : souscription, gestion de contrats, déclarations de sinistres. Cette plate-forme est couplée à un serveur vocal interactif (SVI). Ce qui va permettre aux sociétaires et prospects d'être dirigés, selon leurs besoins, vers des conseillers régionaux spécialisés.

Parallèlement à la mise en place de ce numéro dédié, MAIF Associations & Collectivités a décidé de déployer une nouvelle organisation. Cette dernière sera totalement généralisée fin 2014. Elle s'articule autour de 14 pôles régionaux dédiés aux associations et collectivités. Constitués de conseillers spécialisés, ces structures auront pour mission de répondre aux attentes spécifiques des associations et collectivités.

3
MARKETING

3.1 Innovations produits/Services sur Internet

APRIL optimise son contrat Prévoyance pour les TNS

En vue de faciliter la vie à ses assureurs-conseils sur le marché des travailleurs non salariés (TNS), le grossiste a réajusté son offre de prévoyance dédiée à cette cible.

Qu'ils soient gérants majoritaires ou relèvent de professions libérales, les TNS occupent une place de choix dans la stratégie des acteurs de l'assurance depuis quelques années. Pour être plus percutant sur ce terrain, April a décidé de reconfigurer son offre de prévoyance qui leur est destinée. L'objectif principal est d'accompagner son réseau de distribution sur ce marché à fort potentiel. Parmi les mesures prises, des formalités médicales simplifiées sont proposées aux TNS. Désormais, une simple Déclaration d'Etat de Santé peut suffire pour les moins de 50 ans, 150 000€ d'assiette de garanties et 500 000€ de capitaux sous risques. Ce qui peut permettre aux courtiers de séduire de nouveaux clients et d'asseoir plus facilement leur stratégie de multi-équipement. D'autre part, ce contrat devient plus protecteur pour les gérants majoritaires et les professions libérales. Il prend en charge les pathologies du dos (20 % des arrêts de travail des TNS sont liés au dos) ; la franchise 3 jours est appliquée pour tout type d'hospitalisation, y compris en ambulatoire (sur les franchises 15/3/3 et 30/3/3) ; l'indemnisation forfaitaire sous déduction du Régime Obligatoire, aucune justification des revenus n'est demandée lors du sinistre. Pour une meilleure efficacité, le grossiste prépare également ses assureurs-conseils à la prise en main aisée de cette offre. Il a ainsi lancé des actions de formations en régions, toute l'année. Ces campagnes pédagogiques portent notamment sur l'optimisation de la rémunération du dirigeant. Une cellule de gestion dédiée est également créée. Enfin, des experts accompagnent chaque courtier de manière personnalisé de l'avant à l'après-vente.

Cardif Elite à l'assaut du marché

Le bancassureur vient de lancer un nouveau contrat d'assurance vie haut de gamme : Cardif Elite. Une offre qui répond aux attentes des CGPI et de sa clientèle patrimoniale.

Le bancassureur, qui travaille en synergie avec un vaste réseau de Conseil en gestion de patrimoine (CGPI) vient de lancer son contrat d'assurance-vie haut de gamme, Cardif Elite distribué par ce réseau. Il s'agit de répondre aux attentes de ces distributeurs sur le segment haut de gamme du marché. Cardif Elite permet à la filiale d'assurance du groupe BNP Paribas de se positionner sur le marché de l'assurance-vie haut de gamme et entend devenir l'un des acteurs référents en épargne patrimoniale dans le courtage. Cette offre est complète et personnalisable. En fait, Cardif Elite s'adapte au profil de chaque client et permet une gestion patrimoniale haut de gamme. La qualité du conseil des CGPI, leur approche personnalisée et engagée autour de la gestion du capital de leurs assurés, permet à la cible de Cardif Santé de bénéficier d'un accompagnement de choix.

Enfin, la liberté d'action qu'autorise ce contrat et sa distribution par les CGPI permettent au client la possibilité d'élaborer une stratégie de gestion et de diversification sur-mesure de son investissement. Cardif Elite lui permet de construire le pilotage de son capital et d'avoir accès à des sociétés de gestion imposantes, dans l'objectif continu de la recherche d'une performance financière optimale. En fait, grâce à ces différents atouts, le client a la possibilité d'associer la gestion active de son capital à la signature de sociétés de gestion financière de renom.

3.2 Communication

Allianz France équipe ses commerciaux d'un iPhone 5C

La filiale française du groupe allemand d'assurance vient de déployer une flotte de 3 500 iPhone 5C pour le compte de ses collaborateurs commerciaux. Objectif : aligner leur équipement sur celui de ses clients. Un chantier qui s'inscrit dans le cadre de sa stratégie de digitalisation de son réseau amorcée depuis plusieurs mois.

En équipant ses 3 500 collaborateurs commerciaux de téléphones Apple de dernière génération, l'assureur français entend s'aligner sur l'évolution des comportements de ses clients. La finalité recherchée est d'asseoir davantage de proximité entre ses équipes commerciales et leurs clients, qu'ils soient particuliers ou des entreprises. Et de simplifier leur interaction au quotidien. Grâce à ces nouveaux appareils, les équipes commerciales ont désormais, sur le terrain, accès à Internet et ont donc la possibilité de lire leur courrier électronique un peut partout.

Derrière ce projet se confine un chantier plus large de digitalisation des flux. Celui-ci se décline également auprès de tous les collaborateurs Allianz. Ils ont désormais un accès libre aux réseaux sociaux, bénéficient d'une connexion wifi dans la totalité des immeubles, la possibilité de commenter les articles dans l'intranet et de participer à la vie de l'entreprise en votant, par exemple, pour les projets qu'ils souhaitent mettre à l'honneur grâce à un réseau social d'entreprise.

Enfin, les collaborateurs ont accès à la Digital Academy. Celle-ci leur permet de mieux appréhender les dernières innovations digitales et de profiter de guides pour faire un bon usage des technologies digitales mises à leur disposition.

Ces déploiements s'inscrivent dans la stratégie de transformation digitale d'Allianz France : l'Année 2014 est ainsi placée sous le signe du « 100 % digital ». D'ores et déjà, le groupe avait posé en France la base de cette digitalisation en lançant des projets comme le stylo numérique, la refonte de l'Extranet e@syclic, etc.

METLIFE donne les clés de l'assurance emprunteur au Salon de l'immobilier

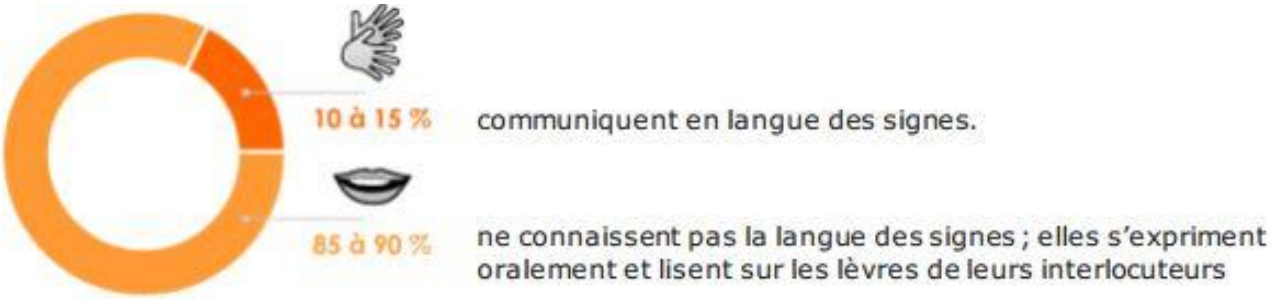
L'assureur américain met à contribution le salon national de l'immobilier qui se tiendra du 3 au 6 avril 2014, à la Porte de Versailles, pour descendre sur le terrain et attirer l'attention des futurs acquéreurs sur la nécessité de faire jouer la Loi Lagarde sur l'assurance emprunteur.

On le sait, malgré les actions de communication institutionnelle qui ont suivi l'entrée en vigueur du volet assurance emprunteur de la Loi Lagarde, les accédants à la propriété peinent à comparer les tarifs des couvertures qui leur sont proposées par la banque prêteuse avec ceux des acteurs alternatifs comme les assureurs. Afin de jouer cartes sur table, MetLife a décidé de descendre sur le terrain. Le Salon national de l'immobilier est l'occasion pour l'assureur de proposer son expertise en matière d'assurance emprunteur aux visiteurs. Il pourra leur parler des nouvelles réglementations que sont les Lois Lagarde et Hamon ainsi que les changements qu'elles introduisent. En fait, il s'agira de leur parler de délégation d'assurance en leur apportant un éclairage concret et personnalisé. « Notre objectif est de donner aux futurs acheteurs les clés pour choisir la meilleure assurance emprunteur pour leur projet. Il s'agit de les rassurer, de les guider car il n'y a pas de solution standard mais des réponses par profil et par situation. Notre présence sur ce salon se veut d'abord pédagogique sur un sujet encore insuffisamment connu » explique Joël Farré, Directeur Général de MetLife. Plus généralement, ce salon sera l'occasion pour MetLife d'échanger avec ses clients et futurs clients dans le cadre de leurs démarches d'acquisition de biens immobiliers. Les acheteurs potentiels pourront ainsi se pencher sur le financement de leur achat immobilier. Et se renseigner sur la bonne assurance emprunteur.

3.3 Service client-fidélisation

Banque Populaire Atlantique : vers une généralisation d'ACCEO

Comment garantir l'égal accès de tous les clients à la communication et à l'information ? Engagée dans une stratégie de Responsabilité sociétale d'Entreprise (RSE) dynamique, ce groupe a décidé d'élargir à toutes ses agences le service ACCEO, rendant ainsi accessibles à distance ses services aux sourds et malentendants.



ACCEO est une prestation d'interprétation et de transcription en ligne pour les sourds et malentendants. Après l'avoir déployée en son sein en 2012, la Banque Populaire Atlantique, a décidé de la généraliser à ses 174 agences. Une généralisation qui s'inscrit dans le cadre de sa stratégie RSE, lui permettant ainsi de jouer son rôle de banque responsable qui ouvre à tous ses clients, indépendamment de leur situation, l'égal accès à l'information qu'elle propose. Avec ACCEO, les sourds et malentendants peuvent accéder à distance au bouquet de services que propose la banque. En fait, cette nouvelle prestation permet aux clients souffrant de déficience auditive de contacter gratuitement leur conseiller de clientèle, en toute confidentialité. ACCEO capitalise sur la puissance des technologies digitales pour rapprocher cette banque et la cible qu'elle vise. Cette prestation désormais accessible auprès de toutes les agences de la Banque Populaire Atlantique complète la panoplie de services proposée à distance par cet établissement : signature électronique, Cyberplus, etc. Ce dernier est un service de consultation et de gestion de comptes sur Internet. Il permet 24h/24, 7j/7 aux clients de cette banque de bénéficier de la majorité des prestations disponibles dans leur agence Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique. Dans l'assurance, ce service trouve également une oreille attentive. Ainsi, pour favoriser l'accès de tous ses clients à ses services, la Mutualité Française Alsace a choisi de rendre son réseau de soins accessible aux personnes sourdes et malentendantes à travers cette Plate-forme. Depuis peu, grâce à ce service, toute personne sourde ou malentendante, indépendamment de son mode de communication, peut contacter sa banque, par téléphone ou se rendre dans les centres optiques, dentaires et audio de cette institution. Le mode opératoire de cette solution est simple : de son domicile, l'usager sourd se connecte sur le site internet de la Mutualité Française Alsace et télécharge l'application Acceo, signalée par un code visuel. Dès lors, il peut se mettre en relation avec un opérateur Acceo (interprète ou transcripteur) via une webcam et un micro haut-parleur. Cet opérateur contacte par téléphone le service concerné et la conversation peut démarrer. En simultané, il traduit ou transcrit l'échange entre la personne sourde et son interlocuteur entendant. Dans un pays, la France, qui compte près de 6 millions de personnes en situation de handicap (source enquête ministérielle Le Handicap Auditif en France), Acceo compte accélérer son développement au fil de l'eau.

4
SYSTEMES D'INFORMATION

4.1 Internet / Multimédia

Allianz Real Life prend son envol en France

Poursuivant sa stratégie digitale, l'assureur français vient de dévoiler une nouvelle approche de présentation de son offre dans une logique interactive et ludique, Web 2.0 oblige.

Allianz France propose une expérience interactive pour se connecter au quotidien de ses clients et présenter ses offres d'assurance de manière originale car mettant en scène de nombreuses situations de la vie de tous les jours. Baptisée Allianz Real Life, cette plate-forme permet de découvrir la diversité des offres de la compagnie de manière interactive et ludique grâce à des situations issues de Google Street View. On le sait, ce module du premier moteur de recherche mondial propose un panel de situation insolites (panne de voiture, escalade d'une clôture, vitre brisée, accidents, etc.) glanées sur le Net. Chaque image s'accompagne d'une offre et des services proposés par Allianz France. Grâce à cette nouvelle solution capitalisant sur le digital, Allianz France entend rendre l'assurance plus concrète car chacun peut facilement s'identifier aux situations qui ont été immortalisées sur cette plate-forme. La campagne « Allianz Real Life » (http://real-life.allianz.fr) est conçue et réalisée par l'agence Ogilvy&Mather Paris. « Au travers de cette expérience digitale innovante, nous souhaitons être proches de nos clients et partager avec eux l'émotion de situations insolites ou imprévues. Et au-delà nous voulons être un partenaire qui les accompagne au quotidien pour réaliser leurs projets en toute sérénité », explique Lydie Hippon-Darde, Directrice Marque et Publicité d'Allianz France Enfin, Allianz France va prochainement lancer sa nouvelle campagne de communication, sa volonté étant d'illustrer sa proximité avec ses clients et sa présence sur le digital.

ROOMn 2014 a ouvert ses portes à Deauville

Depuis hier, 2 avril, le Salon Roomn a ouvert sa deuxième édition au Centre international de Deauville. Cet événement centré sur la mobilité, thématique d'actualité organisée sur deux jours. Le cru 2014 accorde la part belle à l'innovation.

Sur fond de jeu de chaises musicales ministériel, le Salon sur la mobilité a pris ses quartiers à Deauville. Si l'on ne sait pas encore, au moment où nous publions, à qui reviendra le Secrétariat au numérique (ceux qui attendaient un grand ministère du numérique en sont pour leurs frais, ce portefeuille étant englouti dans l'Economie et le redressement productif), une certitude s'impose dès l'ouverture de cet événement centré sur notre toutou des temps modernes qu'est le mobile : plus rien ne peut se décider sans ce composant. Faisons ici l'économie des coups de fil sécurisés (ou pas) passés ici et là pour affiner certains détails avant la dernière main portée sur la liste des ministres. Concentrons-nous sur la vraie place de la mobilité au sein des organisations. La conférence d'ouverture a placé ce salon sous le signe de l'échange. Une table ronde qui a permis aux cinq participants de montrer, si besoin était encore, la place du numérique dans leur quotidien et ses impacts organisationnels. Co-construction, co-responsabilité, interaction métier/direction des systèmes d'information, implication inévitable du Comex et, bien entendu, sécurité, sans oublier le budget (qui paie) et surtout, comment sécuriser l'acte de M-paiement. Rien que ça ! Ces différents concepts illustrent à quel point la mobilité est devenue l'un des principaux paradigmes de notre économie digitale. Tout au long des deux jours, les intervenants ont à cœur de (dé)montrer comment et pourquoi ils investissent dans la mobilité. A l'honneur au même titre que d'autres secteurs d'activité, la finance a occupé certains débats dans les ateliers. Où l'on a parlé des initiatives comme Hello Bank ! Avec en toile de fond une idée partagée par beaucoup : souvent mobile, la banque de demain se construit sur la base de la relation avec le conseiller dans l'agence, la mobilité et le Web. Crosscanal ou omnicanal, comme il vous plaira. Du côté de l'assurance, Malakoff Médéric était présente. Le groupe de protection sociale est, à l'instar de ses alter ego, investi dans le déploiement de multiples applications mobiles pour ses deux métiers : la retraite et l'assurance. L'objectif étant de s'adapter aux attentes de chacune de ses cibles. Personnalisation. Les discours et démonstrations qui émaillent ce salon font la part belle à la sécurité. Illustration de sa place cardinale dans ce débat sur la mobilité, la présence des grands de ce thème parmi lesquels Dictao. La société, qui compte parmi ses clients de multiples banques et assurances, fait le point sur les tendances actuelles en matière d'authentification des utilisateurs et de sécurisation des transactions. « Différentes pratiques sont en cours de tests et d'autres déjà opérationnels. Leur finalité est de garantir davantage la sécurité d'accès aux flux à partir de ces mobiles », explique Jacques Pantin, Pdg de cette entreprise. Enfin, les objets connectés ont fait l'objet d'un pôle particulier où l'on trouve également Dictao et d'autres acteurs comme Samsung, Citrix, IBM et Cisco. Si Roomn 2014 a fait le point sur les tendances actuelles, il permet également d'envisager le futur, y compris dans le cadre de la conférence de clôture. Ici, l'événement invite le marché à envisager les usages et les stratégies de demain.

Emmanuel Mayega
Envoyé spécial à Deauville

4.2 Logiciels & applications

Cincom ECM et l'OCIRP récompensés par Xplor France

La branche ECM de l'éditeur et son client, l'OCIRP ont reçu le Prix Innovation Documentaire décerné lors du Palmarès Xplor France 2014 qui s'est tenu le 26 mars dernier à Paris.

L'Ocirp (l'Organisme Commun des Institutions de Rente et de Prévoyance) et son fournisseur ont été récompensés pour le projet «Bureau de l'utilisateur ». Une distinction qui intervient au terme d'un projet conduit en synergie par les deux acteurs félicités par le jury.

Retenue pour sa capacité à s'adapter aux exigences évolutives de l'Ocirp, la solution Cincom a permis de mettre en place une application offrant aux utilisateurs la possibilité de travailler dans une logique collaborative. Le salarié n'exerce plus pour lui-même mais pour tous les autres. Auparavant l'organisation de l'OCIRP souffrait d'un phénomène de gestion individuelle de l'information ; depuis la mise en production de Cincom ECM, l'information appartient à l'Entreprise et est à la disposition de tous les collaborateurs. Selon Pascal Rivière, Directeur de l'Organisation et des projets transverses à l'OCIRP, « cette solution technique modulable, adaptable et personnalisable, apportée par Cincom ECM, optimise considérablement nos moyens techniques pour atteindre nos objectifs » Plus généralement, la solution mise au point en partant de la technologie de Cincom ECM permet à l'Ocirp de mieux faire face aux exigences évolutives de son champ d'activité, la protection sociale, confrontée à de nouveaux défis. En fait, l'application mise au point introduit une meilleure réactivité dans la gestion des contrats et permet de capitaliser sur les productions des prestataires externes et de se préparer à la directive Solvabilité 2. Pour Didier Renucci, Directeur Services Client chez Cincom Document Solutions, « ce succès est le résultat d'une dynamique et d'une relation forte et permanente établies entre les équipes de l'OCIRP et celles de Cincom. Cette proximité a permis de répondre au challenge de la gestion du changement, axe clé de ce projet ». Du reste, Xplor France qui a décerné cette distinction est présidée par Nathalie Miossec, spécialiste du document en poste au sein du groupe Crédit Agricole. Cet organisme constitue une communauté d'experts de la gestion des documents dans l'entreprise et de la diffusion de l'information sous toutes ses formes. Enfin, l'association Xplor France est une émanation officielle d'Xplor International ; elle existe depuis 1993. Le Palmarès Xplor France est le seul Trophée regroupant les métiers de la GED, de l'ECM et de l'Editique. Il tient sa légitimité du professionnalisme de son organisation, de son indépendance et de la qualité de son Jury renouvelé tous les ans.

5
CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.1 Perspectives de croissance économique

Coface : La Colombie prend la tête des PPICs

Selon l'assureur-crédit français, ce pays classé au troisième rang du content sud-américain occupe désormais la pôle-position des PPICS, ensemble de cinq contrées qui regroupe également le Pérou, l'Indonésie, les Philippines et le Sri Lanka.

Pour la Coface, les PPICS sont portés par un fort potentiel de développement doublé d'un environnement des affaires serein (A4 ou B). L'étude qu'elle a conduite tient compte du potentiel de croissance (supérieur à 4 %) du pays, son profil économique (diversification de l'industrie), son potentiel à résister aux chocs de croissance et ses capacités de financement, qui doivent être suffisantes pour soutenir la croissance sans risques de bulle de crédit. Depuis une dizaine d'année, « la Colombie bénéficie de fondamentaux solides. Ce pays est pleinement entré dans la catégorie des nouveaux émergents. Il affiche, selon Proexport Colombia, organisation sous tutelle du Ministère colombien du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme, chargée de la promotion des exportations non traditionnelles de la Colombie, « une croissance potentielle de 4,8 %. Ses IDE (investissements directes à l'étranger) ont été multipliés par cinq pour atteindre, en 2013, leur plus haut niveau avec 17 milliards. Quant à l'inflation, elle est contenue entre 2 et 4 %, respectant ainsi le plan de marché fixé par le gouvernement. » D'autre part, Proexport Colombia, organisation sous tutelle du Ministère colombien du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme, chargée de la promotion des exportations non traditionnelles de la Colombie rappelle que les institutions de la Colombie « sont stables, ses ressources humaines d'excellent niveau et ses ressources naturelles sont abondantes. Le pays a retrouvé en mars 2011 le grade d'investissement. En 2013, la Colombie a été invitée à devenir membre de l'OCDE. »

5.2 Actualité sociale

Le CESE désavoue le projet de loi Delauney

Mercredi dernier, le Conseil économique, social et environnemental (Cese) a considéré économiquement insuffisant le projet de loi de programmation « pour l'adaptation de la société au vieillissement »

Pour ce chantier sociétal, les moyens semblent ne pas être à la hauteur des enjeux. C'est en tout cas, ce que pense le Conseil économique, social et environnemental. Cet organisme vient de considérer l'allocation de 645 millions d'euros qui y sont consacrés comme insuffisants, « pas à la hauteur » des enjeux. En clair, ce budget répond insuffisamment aux attentes des personnes âgées. Le communiqué de presse publié le 26 mars dernier considère les 375 millions dédiés à la revalorisation de l'Allocation personnalisée à l'autonomie (APA) à domicile comme une disposition louable. En revanche, il s'agit d'une mesure « insuffisante au regard des besoins réels des personnes âgées ». Pour la ministre de tutelle, l'effort fourni pour ce projet est loin d'être « ridicule », à la différence des professionnels du secteur qui estiment à plusieurs milliards d'euros les moyens à consentir afin d'éviter les inégalités territoriales. Selon le CESE, « « Le projet de loi fondé sur le respect des droits fondamentaux des personnes âgées, sur leur maintien à domicile, sur une volonté de rompre leur isolement, de les insérer pleinement dans la société est ambitieux. Son financement par la seule Contribution additionnelle de solidarité pour l'autonomie (CASA), soit 645 millions d'euros, n'est sans doute pas à la hauteur de ces objectifs ». Allant plus loin dans sa critique, le Cese dénonce tout aussi bien le report du financement du reste à charge (RAC) pour aider les familles dont l'un des proches est placé en établissement. Par ailleurs, il a également jugé les sommes affectées à l'adaptation de 80 000 logements aux situations de dépendance d'ici à 2017 insuffisantes. Ce budget ne représente que 0,04 % du parc immobilier habité par des seniors. Enfin, face à la critique du Cese qui a estimé que ce projet était trop « médico-social », la ministre a répondu en énumérant les volets consacrés aux transports, à l'urbanisme, aux droits des âgés.

5.3 Santé

Santé des jeunes : La LMDE interpelle la ministre de la santé

Dans la foulée des mauvais résultats enregistrés aux municipales par le gouvernement, la LMDE invite le ministère de la Santé à prendre à bras le corps les attentes des jeunes.

Si la jeunesse s'est abstenue à aller voter à concurrence de 60 %, c'est clairement pour la LMDE, une illustration que l'équipe Ayrault et, avec elle, François Hollande, n'ont pas pris les mesures nécessaires pour remédier à leur situation précaire et tout particulièrement à leurs besoins en matière de santé. Pour cette mutuelle, un simple changement de ministre «ne sera pas à même de répondre aux attentes et aux besoins de la jeunesse, notamment en matière de santé. Le nouveau gouvernement doit faire de la jeunesse sa priorité et prendre des mesures fortes et immédiates pour améliorer leurs conditions de vie. La fin du quinquennat doit être l'occasion de tenir les promesses faites par le candidat Hollande durant la campagne présidentielle». Et la LMDE de conclure :»Pour la santé des jeunes, il y a urgence à agir !». Selon cet organisme, «depuis deux ans, le gouvernement a mis en œuvre quelques mesures isolées et au périmètre étriqué qui ne peuvent en aucun cas constituer un réel plan d'action pour la santé des jeunes. Alors que 34 % des étudiants renoncent à se soigner et que leur accès aux soins recule chaque année un peu plus, ...». La LMDE rappelle que la «généralisation de la complémentaire santé promise par François Hollande, ne bénéficiera qu'aux seuls salariés du secteur privé, laissant sur le bord de la route les populations les plus fragiles, au premier rang desquelles se trouvent les jeunes. Aujourd'hui 19 % d'entre eux n'en disposent pas, soit 3 fois plus qu'en population générale.» Prenant acte de la nomination de Marisol Touraine, la LMDE demande que derrière la continuité des hommes, une rupture s'opère dans les actes. L'équipe « Marisol Touraine 2 » doit lancer des chantiers d'importance que les étudiants attendent. Pour cette mutuelle, de tels projets passent par une aide à l'acquisition d'une complémentaire santé pour tous les jeunes, une politique de prévention ambitieuse et financée à hauteur des besoins, une réforme ambitieuse de la Sécurité sociale étudiante, pivot de la santé des jeunes.

6
NOMINATIONS

6.1 Nominations

Nominations au sein de SQLI

L'intégrateur annonce la nomination de deux nouveaux managers à des postes importants. Sylvain Ménigoz prend en charge la direction de SQLI NANTES et Michel Cordier est nommé Directeur de la branche Technologies de SQLI LYON.

Sylvain Ménigoz a rejoint SQLI pour piloter son agence nantaise, dont les activités, à l'instar du Groupe, s'articulent autour de deux axes majeurs : la performance de l'entreprise pour elle-même et la performance de l'entreprise vis-à-vis de son marché. Elle dispose notamment d'un centre d'excellence de TMA ainsi qu'une expertise de pointe, notamment sur Java. Diplômé de l'INSEAD, Sylvain Ménigoz apporte son expérience business acquise au travers de 25 années passées au sein d'IBM, où il avait occupé différentes fonctions avant de devenir Associate Partner IBM Global Business Services West. Il met aujourd'hui au service du Groupe SQLI la crédibilité qu'il s'est forgée au fil des années auprès de Grands Comptes. Ses qualités de leadership lui permettent aujourd'hui de cristalliser l'énergie de ses équipes autour du plan 2014-2016 impulsé par Didier Fauque. Sa mission est de dynamiser l'activité de l'agence nantaise dans une logique de croissance rentable, ainsi que de renforcer les synergies avec l'agence bordelaise et le Groupe. Sylvain Ménigoz apporte également son concours à la mise en œuvre du plan stratégique global du Groupe, en collaboration avec l'ensemble de l'équipe dirigeante.

« J'ai rejoint une équipe brillante, motivée et engageante... ce qui est un très bon début pour relever tous ensemble les défis de l'agence et du Groupe, » précise Sylvain Ménigoz.

Michel Cordier nommé Directeur de la branche Technologies de SQLI LYON

Michel Cordier a été nommé à la tête de SQLI Lyon, une agence reflétant parfaitement la complémentarité entre les deux grands pôles d'activité du Groupe : Digital Enterprise et Digital Commerce. Diplômé en génie informatique de l'Université de Technologie de Compiègne, Michel Cordier apporte tout le background technique qu'il a acquis depuis 20 ans au sein de sociétés de services (Steria, Capgemini). Son expertise pointue du delivery est un véritable atout pour SQLI. Michel apporte aussi sa culture et son expérience des projets d'envergure. Au-delà de sa participation à la stratégie globale du Groupe, Michel Cordier nourrit de réelles ambitions pour SQLI Lyon : l'agence doit gagner en visibilité, surtout auprès des Grands comptes. L'agence doit en outre valoriser et développer ses offres à forte valeur ajoutée telles que la Mobilité, ou l'Entreprise Asset Management, industrialiser l'ensemble des services et augmenter sa puissance de frappe en développant les synergies à l'interne et à l'externe. « Je suis particulièrement enthousiasmé par le défi que m'a lancé Didier Fauque. SQLI Lyon peut compter sur de nombreuses pépites pour relever ses challenges : des équipes expertes, fortement mobilisées et complémentaires et une offre à 360° », ajoute Michel Cordier.

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 1er semestre 2012

Point de Vue 2012 « Agents Généraux - Compagnies » : Un modèle économique à revoir

Point de Vue 2012 « Prévention et assurance » : Un binôme évolutif

Point de Vue 2012 « Développement Durable» : L'épargne solidaire pose ses jalons

Panorama 2012« Les aidants familiaux » : Un nouveau marché de niche pour les acteurs de l'assurance ?

CAPA Conseil

23 rue du Départ – 75014 Paris
Tél : 09.50.81.21.86

E-mail : capa@capaweb.com – www.capaweb.com

Directeur de la publication:
Pascal ARNOULD - parnould@capaweb.com

Rédacteur en chef:
Emmanuel MAYEGA - emayega@capaweb.com

Secrétariat de rédaction:
Bruno Fontela – bfontela@capaweb.com

Contacts commerciaux :
Aurélia Deslandes
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

❏ Règlement par chèque bancaire ci-joint à l'ordre de CAPA Conseil

❏ Virement bancaire : Société Générale Niort 30003 01520 00025713284 21

❏ A réception de facture

Nom :.....Prénom :.....

Fonction :.....

Société :.....

Secteur d'activité :.....

Email :.....

Tél :.....Fax :.....

Adresse :.....

.....

Code Postal ..... Ville .....

Date..... Signature

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