



## DECRYPTAGE

Reportage :

**Le groupe Macif présente ses résultats financiers 2013**

PAGE 6

## L'essentiel de la semaine

### Stratégie - page 10

EUROP ASSISTANCE et HOP ! signent un partenariat

### Marketing - page 15

Kelassur se recentre sur la comparaison des produits pros

### Marketing - page 12

Liberty Specialty Markets refond son offre Solution Intégrale

### Marketing - page 16

LinXea s'apprête à lancer un nouveau contrat d'assurance vie

### Marketing - page 14

Allianz France propose Allianz Téléassistance

### Conjoncture - page 19

Enquête Nielsen : la confiance regagne du terrain

# 1

## L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

### **EUROP ASSISTANCE et HOP ! signent un partenariat**

La filiale de Generali et la compagnie aérienne nouent un partenariat visant à proposer aux voyageurs un programme d'assurance voyage. Un partenariat conclu pour une durée de trois ans.

*(Lire page 10)*

### **Liberty Specialty Markets refond son offre Solution Intégrale**

Optimiser les relations entre les courtiers et leurs clients a motivé Liberty Specialty Markets à apporter des améliorations à son offre Solution Intégrale. Les intermédiaires ont désormais la possibilité de déterminer eux-mêmes leur niveau de commission pour chaque contrat souscrit.

*(Lire page 12)*

### **Allianz France propose Allianz Téléassistance**

A souscrire en ligne sur tablette, mobile et internet, la solution Allianz Téléassistance permet à sa cible de continuer à vivre chez soi. Elle a été conçue en partenariat avec GTS, filiale de Mondial Assistance.

*(Lire page 14)*

### **Kelassur se recentre sur la comparaison des produits pros**

Afin d'anticiper l'entrée en vigueur de la généralisation de l'ANI sur la complémentaire santé, la filiale de Comparadise se recentre sur ce marché naissant en proposant aux professionnels de comparer les offres du marché avant de s'engager dans l'assurance santé collective.

*(Lire page 15)*

### **LinXea s'apprête à lancer un nouveau contrat d'assurance vie**

Pour sa nouvelle offre, le spécialiste de l'assurance vie a retenu le contrat d'Apicil Assurances. Il s'agit du fonds Apicil euro garanti.

*(Lire page 16)*

### **Enquête Nielsen : la confiance regagne du terrain**

Selon cette étude, la confiance des consommateurs aurait repris du poil de la bête atteignant même ses niveaux d'avant la récession mondiale. Elle augmente surtout sur le Vieux continent. Et fait du sur place en Chine.

*(Lire page 19)*

# SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Stratégie | page 5

**Le groupe Macif présente ses résultats financiers 2013**

## 1 L'EDITO DE LA SEMAINE

Data scientist : une race en puissance ?..... 5

## 2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

- 2.1 Stratégie Internet..... 8**
  - Optimind Winter met le cap sur le numérique ..... 8
- 2.2 Fusions - Acquisitions ..... 9**
  - Le groupe Audika cède ses centres en Italie ..... 9
- 2.3 Accords de partenariats .....10**
  - EUROP ASSISTANCE et HOP ! signent un partenariat..... 10
- 2.4 Résultats des sociétés .....11**
  - Linedata : un premier trimestre en hausse ..... 11

## 3 MARKETING

- 3.1 Innovations Produits/Service .....12**
  - Liberty Specialty Markets refond son offre Solution Intégrale ..... 12
- 3.2 Offre Produits/Services sur Internet.....14**
  - Allianz France propose Allianz Téléassistance..... 14
  - Kelassur se recentre sur la comparaison des produits pros..... 15
  - LinXea s'apprête à lancer un nouveau contrat d'assurance vie..... 16
- 3.3 Communication.....17**
  - La GAV de la Caisse d'Epargne atteint le cap des 500 000 contrats..... 17
- 3.4 Attentes et comportements des consommateurs .....18**
  - Jeunes au volant : les comportements à risques flambent..... 18

## 4 CONJONCTURE ECONOMIQUE ET SOCIALE

- 4.1 Synthèse des marchés européens .....19**
  - Enquête Nielsen : la confiance regagne du terrain ..... 19

## 5 NOMINATIONS

<b>5.1 Nominations</b> .....	<b>21</b>
Actuaris : Anne-Charlotte Bongard à la tête du Pôle IARD.....	21

# L'EDITO DE LA SEMAINE

Par Emmanuel Mayega

## Data scientist : une race en puissance ?



Chemin inverse. Pendant que les cobolistes et autres experts de langages parmi lesquels l'Assembleur disparaissent asymptotiquement, une nouvelle race semble avoir le vent en poupe. Tel un Messie des temps digitaux, le Data scientist, c'est son nom, émerge. L'un s'évanouit avec la fin annoncée mais toujours reculée des plates-formes cobol, l'autre prend corps avec l'émergence de l'ère des Big data. Nécessité impérieuse d'une nouvelle caste à l'instar des actuaires ou alors effet marketing d'un phénomène qui

l'est à maints égards ? Difficile à dire pour l'instant.

La Business Intelligence (BI) a vu, à ses débuts, naître de nouveaux spécialistes : les experts décisionnels. Arrivés sur un marché qui devait accueillir de nouvelles architectures sources de data warehouses et autres data marts en remplacement des infocentres, ils avaient été accueillis sans tambours. Se les arrachait-on à prix d'or ? Pas franchement. A une offre naissante correspondait une demande en formation compréhensible. La chose prend une allure inflationniste avec l'avènement des technologies des Big data. Big commandant les excès, pourrait-on finir par dire. Illustration de ces excès, les nouveaux experts en la matière ne relèvent plus, paraît-il, du champ du décisionnel ! Il s'agit d'une nouvelle race, celle des Data scientists. Rien que ça ! Un néologisme à la hauteur du bruit marketing généré par ceux à qui profitent les cibles.

Mais au fait, qui sont ces ... Data scientists ? Des experts aptes à gérer les Big data. Cela tombe bien, s'agissant d'une matière nouvelle, ces spécialistes-là sont rares face à une demande pour le moins forte. Sans blague. Alors, il faut en former. Aux grandes causes de très grands hommes. Les éditeurs les formatent, avec en toile de fond un rythme marketing proche de la samba brésilienne, le sérieux en plus, le déhanché en moins. Je vous fais grâce des matières inédites ?) que ces experts doivent maîtriser pour mériter leur titre.

Fin prêts, ils ont droit au tapis rouge déployé par le marché qui les attend, caressant le doux espoir de capitaliser enfin sur les Big data, cette nouvelle idéologie qui nous promet tout le bonheur économique. Comment pourrait-il en être autrement quand on sait que ces Data scientists vont avoir le choix sur un marché du travail marqué par un chômage endémique ? A eux le pouvoir de révéler les secrets enfouis

dans nos bases de données ; à eux la subtilité de croiser ces flux monstrueux pour mettre à nu des corrélations jusque-là inimaginables. Et permettre aux entreprises de se différencier. A coûts de milliers d'euros ils seront payés ; sur fond de péta-octets ils étaleront leur savoir-faire, confirmant leur place d'espèce rare sur un terrain de la donnée synonyme de gagne. Alors, confrontées à la toute-puissance de cette donnée, les entreprises devront investir rapidement, au risque de se trouver démunies. Et perdre la guerre qui a déjà démarré.

Face à ce tableau idyllique, à ce chemin déjà tracé pour le Data scientist, cet homme à tout réussir demain, quelque voix s'interroge, déjà (?), sur l'incontournable place de ce roi du management de la donnée qu'il est. Chez Sentelis, l'on se demande si cette espèce rare n'était pas la voix du salut pour le Big data ? Pour peu, dans l'environnement unanimiste qu'est celui des Big data, cette interrogation sonnerait comme une hérésie ! Ou alors une attaque en règle pour grappiller quelque retombée marketing de ce phénomène et se faire une place sous le soleil déjà bien occupé des Big data ! Quoi qu'il en soit, cette société considère que l'Homme, et donc le Data scientist, sera de moins en moins le maillon fort de la chaîne de traitement de la donnée à l'heure des Big data. Jugez-en plutôt : « Tandis que le jeu de données à analyser devient de plus en plus complexe à traiter, il est aisé de constater que même le plus brillant des data-scientists ne sera bientôt plus en mesure de le résoudre. » Et d'ajouter : « Il ne faut donc pas trop s'emballer « dans la course à l'armement » en terme de data-scientist. Dénonciation marketing ou simple bon sens ? Il semble que pour l'heure, l'interrogation soit plus importante que quelque réponse.

EMMANUEL MAYEGA  
Rédacteur en chef

# DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

## Le groupe Macif présente ses résultats financiers 2013

L'année 2013 aura permis au groupe mutualiste niortais de poursuivre la mise en place opérationnelle de son plan stratégique à moyen terme. Rappelons-le, la finalité de cette feuille de route est de confirmer sa place comme acteur référent sur les marchés où il intervient, à l'horizon 2015. Le groupe en a profité pour mettre la dernière main à sa structuration autour de trois pôles métiers : lard, santé/prévoyance et Finance-Epargne, à l'image de ses alter ego et non moins concurrents que sont les autres mutuelles sans intermédiaires positionnées en dehors de la Sgam dont elle fait partie. L'occasion également d'initier de grands travaux de transformation du groupe en vue d'améliorer la cohérence de son fonctionnement source d'une efficacité accrue au service de ses sociétaires. Quels ont été les résultats du groupe dans ce contexte ?

ANALYSE D'EMMANUEL MAYEGA

L'année 2013 a permis au groupe mutualiste d'afficher un chiffre d'affaires en progression de 4 %, porté par la hausse de la collecte en assurance vie. Celui-ci s'est stabilisé à 5,690 milliards 5,7 Mds d'euros pour un bénéfice net du groupe en normes IFRS, qui progresse légèrement à 128 millions d'euros, soutenu notamment par la bonne tenue des marchés financiers.

Dans le détail, les performances du groupe par marché sont variables, en fonction des réalités et de chaque environnement donné. Sur son terrain de prédilection, en l'occurrence l'ard, le chiffre d'affaires global est stable. Et s'est établi à 3 milliards d'euros, pour un total de 15,1 millions de contrats. Le groupe rappelle que l'exercice 2013 aura été marqué, sur ce segment, par « une sinistralité climatique exceptionnellement lourde s'élevant à plus de 150 M€ avant réassurance et une sinistralité corporelle en hausse. » Pour autant, le ratio combiné reste néanmoins stable, à 104 %.

### 5,8 millions de contrats autos

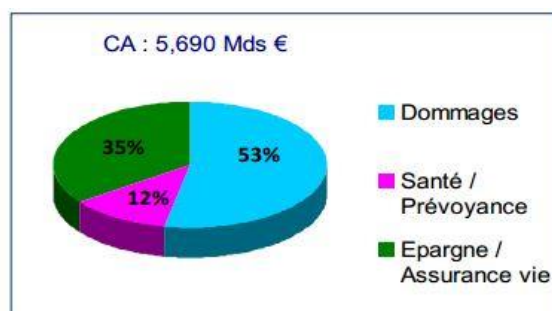
La ventilation de ce segment de l'ard fait apparaître un secteur de l'automobile (tous types de véhicules) en légère hausse avec 5,8 millions de contrats (+ 0,5 %) pour un chiffre d'affaires de 1,734 milliard d'euros (- 0,7%). Ce qui permet au groupe de revendiquer sa « place de première société d'assurance Auto et 2 roues en France, en nombre de véhicules assurés ».

L'Assurance Habitation s'inscrit également dans cette tendance à la hausse légère. La MSI assure 4,2 millions de contrats (+0,8 %) pour un chiffre d'affaires de 744 millions d'euros (+ 4,5 %).

Sur le terrain de la Garantie des accidents, le groupe poursuit sur sa lancée avec, en 2013,

avec un portefeuille de 4,1 millions de contrats (+ 0,3 %) et 242 millions d'euros de chiffre d'affaires (+ 3,4 %).

### Ventilation du poids du chiffre d'affaires par pôle d'activité



Si Macif consolide ses positions sur le terrain de l'assurance dommage en capitalisant sur la croissance interne, il n'hésite pas à jouer la carte de la croissance externe sur le pôle santé-prévoyance porté par MACIF-Mutualité, Smip, Mnfct, Mpibm. Cette dernière, qui constitue la mutuelle du personnel d'IBM, a ainsi intégré son périmètre au courant de l'an dernier. Corollaire de cette ouverture et de ses activités internes, le chiffre en santé et prévoyance progresse de 11 % ; il a ainsi atteint 652 millions d'euros. La santé individuelle compte 484 000 adhérents pour un chiffre d'affaires de 407 M€ (+9 %) ; quant à la prévoyance individuelle, elle totalise 752 000 contrats (hors Garantie accident), ce pour un chiffre d'affaires de 101 M€ (+7 %) ; enfin, la santé et prévoyance collectives a engrangé 75 000 personnes protégées pour un chiffre d'affaires de 144 M€ (+19 %).

## L'assurance vie bénéficie d'une collecte positive

S'il est un domaine où le groupe tire particulièrement son épingle du jeu, c'est bien celui de la finance et de l'épargne, pôle porté par Mutavie, Socram et Macifin. Dans ce domaine, l'activité Epargne et Assurance vie bénéficie d'une collecte plus que positive. De fait, la collecte nette de Mutavie double pour s'établir à 477 M€. Le nombre de souscripteurs s'élève à 1,1 million (+2,2 %), soit près de 60 000 nouvelles souscriptions, pour 1,2 million de contrats. Quant à l'épargne gérée, elle s'établit à 18,7 Mds d'euros (+ 5,4%).

L'activité bancaire poursuit également dans la même lancée positive. Fin 2013, le Groupe compte 51 800 clients bancarisés (+ 69 %) ; 40 000 parmi eux détiennent au moins un compte à vue. Près de 90 % des comptes sont actifs avec des encours moyens supérieurs aux prévisions initiales. Le taux d'équipement en épargne bancaire est de 42 %. En outre, l'encours global de l'activité bancaire progresse de 67 % pour atteindre 150 M€. Enfin, le volume de crédits distribués a chuté de 5 % (53 000 crédits distribués), pour un montant de 437 M€. Le dynamisme des différents pôles a permis au groupe d'engranger 35 000 sociétaires en 2013. Quant à l'indicateur de satisfaction des sociétaires, il progresse de 0,3 point à 88,5 % (Source baromètre qualité Macif 2013).

Autre satisfaction, la solidité financière de Macif. Les fonds propres consolidés part du Groupe en normes françaises s'élèvent à 2,2 milliards d'euros fin 2013 (+ 7 %). Le taux de couverture global du besoin réglementaire de marge ajustée s'élève à 237 % (contre 214 % fin 2012). La marge de solvabilité du Groupe s'est notamment renforcée par l'émission de titres subordonnés remboursables (TSR) pour 400 M€.

Face à ces résultats, le groupe entend poursuivre ses efforts et concrétiser ses objectifs. Une *Road Map* que confirme Jean-Marc Raby, Directeur général : « Au cours de l'exercice

2014, je poursuis la mise en œuvre de notre plan stratégique à horizon 2015 en menant une politique volontariste qui fera, demain, du groupe Macif l'un des leaders mutualistes du secteur de l'assurance au service de ses sociétaires. »

Parallèlement à cette poursuite des objectifs, le groupe entend anticiper les futures exigences réglementaires. La MSI se prépare ainsi à la mise en œuvre de la Loi Hamon en dynamisant son développement commercial grâce à des

actions de fidélisation. Illustration de cette stratégie, l'application de réductions sous conditions relatives à l'ouverture d'un compte Bleu Anis. Un travail de fond est également réalisé sur la qualité de la relation avec ses sociétaires.

## Sur le terrain de l'ANI

La généralisation de l'ANI sur la complémentaire santé élargie à tous les salariés constitue également un chantier pris au sérieux au sein du groupe. Macif déclare travailler « activement à la définition de solutions adaptées à l'ensemble des populations, qu'elles soient salariées ou non. »

Les projets mutualistes ne sont pas en reste. Après renouvellement de sa gouvernance dans le cadre des élections de 2013, Macif met en place ses « programmes mutualistes », à travers ses représentants de sociétaires. Ces chantiers déclinent sur le territoire deux engagements du groupe en cohérence avec ses activités et sa différence mutualiste : le développement de la perception du risque chez les sociétaires autour d'actions de prévention ; l'initiation et le soutien des chantiers qui traduisent la responsabilité sociale de l'entreprise.

Enfin, comme annoncé dans l'une de nos éditions, le groupe Macif va entrer au capital de Matmut Entreprises, qui prendra la dénomination d'Inter Mutuelles Entreprises (IME) dès autorisation des autorités compétentes. Les deux acteurs vont lancer une offre commune destinée au marché des professionnels dès le mois de juin sur l'ensemble du territoire. Les travaux sont également engagés pour étudier une collaboration active dans le domaine de l'assurance vie.

Croissance interne, intégration de nouveaux partenaires et synergie avec les membres de Sferen, la Sgam au sein de laquelle il unit ses forces avec Matmut et Maif : le groupe Macif active différents leviers pour se développer sur un marché fort concurrentiel.

### RESULTATS 2013 DU GROUPE MACIF

CA consolidé : 5,690 milliards € (+ 4%)

Résultat net : 128,1 millions € (+ 3%)

En millions d'euros	2013	2012	Variation
CA consolidé	5 690	5 465	+ 4 %
CA Dommages	3 022	3 006	+ 1 %
CA Épargne / Assurance-vie	2 016	1 870	+ 8 %
CA Santé Prévoyance	652	589	+ 11 %
Résultat net consolidé part du groupe	128,1	124,8	+ 3 %

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 5,690 milliards d'euros, en hausse de 4% tiré par la hausse de la collecte en Vie. Le bénéfice net du Groupe en normes IFRS progresse légèrement à 128 millions d'euros, soutenu notamment par la bonne tenue des marchés financiers.

# 2

## STRATÉGIE & ACTUALITÉ

### 2.1 Stratégie Internet

#### Optimind Winter met le cap sur le numérique

---

Face aux évolutions relatives à la transformation numérique, le groupe a décidé de créer et de développer un nouveau métier : le digital.

A l'instar des autres acteurs de la finance, les sociétés d'assurance sont plongées dans le numérique. En vue de les accompagner dans la transformation de leurs processus à l'aune des innovations technologiques, Optimind Winter a décidé de déployer un nouveau métier autour du digital. Selon Marc Dupuis, directeur métier en charge de ce pôle, « la transformation digitale est aujourd'hui une réalité pour les organismes assureurs et plus largement pour les secteurs financiers. En parallèle des évolutions réglementaires, le monde de l'assurance est en profonde mutation : les nouvelles technologies, les objets connectés, les médias sociaux, l'interaction avec les clients et les modes de consommation conduisent à des évolutions majeures de la chaîne de valeur du secteur assurance. »

En vue de relever ce défi du numérique, le groupe a mis sur pied une équipe qui réunit des experts métiers et des compétences spécifiques. Optimind Winter prévoit également de poursuivre ses investissements dans ce domaine afin d'accompagner ses clients dans la transition numérique. Il mettra ainsi sur la table plus d'1 million d'euros sur trois ans pour soutenir cette démarche. Le groupe n'exclut pas de recourir à d'éventuelles acquisitions pour compléter sa capacité à répondre aux attentes du marché.



## 2.2 Fusions - Acquisitions

### Le groupe Audika cède ses centres en Italie

Le spécialiste des appareils auditifs a récemment procédé à la cession stratégique de ses centres italiens spécialisés en correction auditive au groupe italien Amplifon. Montant de l'opération qui a pris effet le 1er avril 2014 : autour de 7,1 M€.

Audika annonce avoir signé un accord ferme ayant pour finalité la cession de son réseau italien de 55 centres spécialisés en correction auditive au Groupe Italien Amplifon, le leader mondial du marché. Pour une valeur de près de 7,1 M€. Cette décision fait suite à un constat : « La poursuite du développement en Italie et l'atteinte d'une taille critique auraient nécessité des moyens financiers importants dans un marché local marqué par un environnement complexe. », indique le groupe Audika, qui ajoute : « Cette opération permet [...] d'éliminer un foyer de pertes opérationnelles récurrentes, autour d'1 M€ par an depuis l'origine, au regard d'un chiffre d'affaires de 7,5 M€ en 2013. » Le groupe Audika déclare avoir choisi « Amplifon en vue de s'assurer de l'intégration de l'ensemble de ses équipes dans un projet solide et pour ses clients, de faire perdurer une qualité de services. » A travers cette cession, Audika entend recentrer l'ensemble de sa force de frappe et de ses ressources financières sur le retour à la croissance interne et le développement de son réseau et de ses parts de marché en France et en Belgique francophone. Dans cette logique, le groupe s'est fixé de nouveaux objectifs : structurer un réseau de 700 centres à moyen terme en France, là où il en compte 460 actuellement. Ce développement passera par le truchement de créations et d'acquisitions. Ce qui permettra à cette entreprise de renforcer son maillage du territoire dans un marché qu'il estime durablement porteur et qui selon lui, va bénéficier dès 2015, de l'arrivée des premières tranches de la

génération des « baby boomers » à l'âge moyen de premier appareillage. Il s'agit pour lui d'être le premier bénéficiaire de cette accélération attendue du marché. Pour mémoire, les prothèses auditives sont prises en charge par l'Assurance Maladie sur prescription médicale et à condition qu'elles appartiennent à une catégorie inscrite sur la liste des produits et prestations (LPP) remboursables par l'Assurance Maladie. Les sommes remboursées par cette dernière pour les plus de 20 ans sont généralement dérisoires ; en vue d'obtenir un complément de remboursement, il est nécessaire de choisir une complémentaire santé qui prendra en charge tout ou partie des frais non remboursés par la Sécurité sociale, ou de vérifier si celle déjà souscrite prévoit une prise en charge pour un appareillage auditif et à quelle hauteur.



## 2.3 Accords de partenariats

### EUROP ASSISTANCE et HOP ! signent un partenariat

La filiale de Generali et la compagnie aérienne nouent un partenariat visant à proposer aux voyageurs un programme d'assurance voyage. Un partenariat conclu pour une durée de trois ans.

Au terme d'une consultation publique, la compagnie aérienne HOP ! a décidé de s'associer à EUROP Assistance en vue de lancer son programme d'assurance voyage. « Nous sommes ravis de ce nouveau partenariat entre EUROP Assistance et HOP ! La mise en place de ces assurances voyages en option est indispensable pour HOP ! dans l'amélioration de l'expérience client et des services rendus à ses passagers », explique Hélène Abraham, Directrice Générale Adjointe en charge du Commercial chez HOP ! Le Gentleman agreement conclu entre les deux parties s'étend sur une période de trois ans. L'assisteur, qui déclare partager les mêmes valeurs en matière de gestion de la relation client avec son partenaire, a conçu une offre spécifique adaptée aux besoins de sa clientèle. Celle-ci est accessible au moment de l'achat d'un billet d'avion sur le site [www.hop.fr](http://www.hop.fr). Ainsi, tout client peut désormais souscrire une des assurances voyages proposées en option. Au menu de cette offre en ligne, quatre options :

la garantie annulation en cas de maladie, accident, licenciement économique, modification ou refus de congés payés, vol de passeport, etc. ; la couverture des bagages et effets personnels en cas de perte, vol ou détérioration pendant le transport avec un remboursement à hauteur de 1 000 € maximum par passager ; la garantie retard bagages en cas de retard de livraison des bagages de plus de 12 heures à l'aéroport d'arrivée avec une indemnité de 150 € pour l'achat des effets de première nécessité ; l'assurance contre un vol manqué pour cause d'imprévu et sous conditions, avec un remboursement pour l'achat d'un nouveau billet aux mêmes conditions pour un départ dans les 24 heures qui suivent.



## 2.4 Résultats des sociétés

### Linedata : un premier trimestre en hausse

L'éditeur de solutions dédiées aux professionnels de l'Asset management, de l'assurance et du crédit, enregistre un chiffre d'affaires de 36,9 M€ sur le 1er trimestre, en hausse de 7,8 % par rapport au premier trimestre 2013.

Linedata affiche un chiffre d'affaires en hausse de 36,9 M€ sur le 1er trimestre 2014 (+7,8 %). A taux de change et périmètre constants, l'activité ressort néanmoins en baisse de 6,4 %. Dans le détail, l'activité récurrente diminue en valeur de 0,5 M€ durant cette première période, par rapport au premier trimestre de l'an dernier. Elle atteint 26,2 M€, soit 71 % du chiffre d'affaires trimestriel 2014 contre 78 % en 2013, sur la même période. Quid de la prise de commandes ? Elle s'élève à 13,3 M€, en baisse de 22,7 % par rapport au premier trimestre 2013. L'analyse des performances par zone géographique fait ressortir des situations différentes. En Europe du Sud, l'activité dévise de 12,6 % sur le premier trimestre 2014 par rapport à la même période de l'exercice précédent. La baisse affecte principalement le segment Epargne d'entreprises, qui recule de 1,3 M€, à la suite du départ d'un grand client en 2013. En Europe du Nord, le chiffre d'affaires est en hausse de 3,4 % ; à taux de change constant, l'activité progresse de 1,0 %. Quant à l'Amérique du Nord, elle affiche une embellie



du chiffre d'affaires à concurrence de 43,7 % grâce à l'apport de l'activité CapitalStream sur un trimestre complet en 2014 (acquisition réalisée le 22 mars 2013). Cet effet périmètre favorable représente une contribution d'un montant net de 5,1 M€ au chiffre d'affaires de la région.

De son côté, l'Asie réalise un chiffre d'affaires quasi-stable en valeur par rapport au premier trimestre 2013 à 0,7 M€. A taux de change constant, l'activité est en progression de 0,4 %. Quid des perspectives d'évolution ? Pour le groupe, le ralentissement de la prise de commandes constaté en début d'année et de l'effet défavorable

anticipé des réductions de périmètre dans l'Epargne et l'Assurance, pousse l'éditeur à prévoir, pour le premier semestre 2014, un chiffre d'affaires du même niveau que celui de 2013.

# 3

## MARKETING

### 3.1 Innovations produits/Services sur Internet

#### Liberty Specialty Markets refond son offre Solution Intégrale

Optimiser les relations entre les courtiers et leurs clients a motivé Liberty Specialty Markets à apporter des améliorations à son offre Solution Intégrale. Les intermédiaires ont désormais la possibilité de déterminer eux-mêmes leur niveau de commission pour chaque contrat souscrit.

Dédié à tous les risques financiers d'une PME, Liberty Intégrale vient de connaître des évolutions significatives, l'objectif de Liberty Specialty Markets étant de faciliter les relations entre les courtiers et ses clients. Partant du fait que chaque entreprise a ses besoins spécifiques et qu'elle fait confiance aux courtiers pour trouver la solution qui lui conviendra le mieux, l'assureur propose à ces derniers une offre sur-mesure adaptée au profil de leurs clients PME/PMI. Connecté au site [www.liberty-integrale.com](http://www.liberty-integrale.com), quelques clics suffisent à l'intermédiaire pour obtenir des devis compétitifs en vue de garantir les risques financiers de leurs clients. Du contrat « Responsabilité des Dirigeants » à la multirisque « Liberty Intégrale », les courtiers ont la possibilité de proposer à leurs clients la solution la mieux adaptée à leur profil de risque. Grâce à la puissance du Net qui introduit simplicité et automatisation, les distributeurs partenaires ont la capacité de traiter directement les affaires des entreprises réalisant un chiffre d'affaires maximum de 25 millions d'euros. Et d'effectuer une souscription rapide et simplifiée. A cette fin, trois informations sur l'entreprise (CA, N° Siren, code APE) et cinq questions techniques permettent d'obtenir rapidement une tarification avec plusieurs options. Le site gère tous les projets en cours pour chacun des courtiers et leur permet de transformer facilement un projet en police avec l'émission immédiate des contrats à la souscription. Si Liberty Intégrale apporte des garanties adaptées aux besoins des entreprises et des dirigeants, ce contrat va plus loin en permettant au courtier de choisir lui-même son niveau de commission pour chaque contrat souscrit. Plus généralement, le site [www.liberty-integrale.com](http://www.liberty-integrale.com) offre un panel de 3 niveaux de protection : Liberty Essentielle, Liberty Renforcée et Liberty Intégrale. Pour le premier, il s'agit d'une RC des Mandataires Sociaux conçue pour les entreprises conjuguant clarté et simplicité tout en optimisant le budget sur une garantie unique. Outre des frais de dé-

fense et des dommages et intérêts encourus, le contrat prévoit la prise en charge des frais de prévention ; des charges de communication et de réhabilitation de l'image de marque de l'assuré ; des coûts de soutien psychologique ; des frais de prévention des entreprises en difficulté et ceux relatifs à l'enquête fiscale contre le dirigeant. Le contrat couvre également le dirigeant lorsqu'il décide de plaider coupable.

Quant au deuxième, Liberty Renforcée, il concerne la RC des Mandataires Sociaux et les Risques prud'homaux. Il complète les garanties du contrat Responsabilité des Dirigeants par un volet « Réclamations liées à l'emploi » ce qui lui permet d'étendre les garanties à la société en sa qualité d'employeur. En complément des garanties Responsabilité des Dirigeants, le contrat prend en charge les frais de défense de la société ; les conséquences pécuniaires suite à un litige portant sur tout licenciement reconnu abusif, sans cause réelle et sérieux, toute discrimination, tout harcèlement. Il s'agit d'une garantie qui permet de protéger le bilan de l'entreprise en transférant à l'assureur le coût financier des litiges importants et/ou exceptionnels. Enfin Liberty Intégrale couvre la totalité des risques financiers d'une PME en protégeant l'entreprise et ses dirigeants. Unique et homogène, il se décline en trois pôles de garanties : la protection des personnes physiques et de leur patrimoine personnel y compris en cas d'accident ou de menaces ; celle de la société personne morale (RC Dirigeants et Employeur, Fraude) ; un panel de services annexes (avocats, cabinets de conseil). Que ce soit pour le dirigeant comme pour l'entreprise, cette solution apporte des atouts multiples. A l'un, elle fait l'économie complète d'une franchise pour les dirigeants personnes physiques, propose une prise en charge du « plaider coupable et des frais de soutien psychologique du dirigeant mis en cause, des frais d'enquête fiscale contre lui, ainsi qu'une garantie « Menace contre l'individu ». A l'autre, elle fait

abstraction de sous-limite applicable à la couverture des frais dans la garantie fraude, reversement prioritaire à la société assurée en cas de récupération de tout ou partie du préjudice financier subi après un sinistre fraude, couverture des condamnations des licenciements y

compris collectifs reconnus abusifs, et une garantie « Menace contre la société. »

## 3.2 Offre Produits/Services sur Internet

### Allianz France propose Allianz Téléassistance

A souscrire en ligne sur tablette, mobile et internet, la solution Allianz Téléassistance permet à sa cible de continuer à vivre chez soi. Elle a été conçue en partenariat avec GTS, filiale de Mondial Assistance.

Allianz Téléassistance permet à la personne équipée de lancer une alerte 24h/24, 7j/7 à partir de toute pièce de son habitation. Destinée notamment aux personnes âgées, cette solution leur permet de continuer à vivre chez elles, en toute sérénité. Les clients du service Allianz Téléassistance, peuvent, en cas de chute, par exemple, en appuyant sur un bouton situé sur leur bracelet ou médaillon connectés, déclencher une alarme. Aussitôt, un conseiller Allianz Téléassistance évalue la situation et prévient les proches ou au besoin les secours d'urgence (pompiers, SAMU). Originalité de taille, Allianz France propose au client un parcours de souscription totalement en ligne en quelques étapes, sur allianz.fr, et même à partir d'un Smartphone. Après la finalisation de la souscription en ligne, la personne ou ses proches reçoivent le matériel sous 48 h. Dès

l'installation réalisée par un spécialiste, le service est opérationnel. Cette offre illustre la volonté de l'assureur à poursuivre sa stratégie sur le terrain de la dépendance où il avait été parmi les premiers assureurs à proposer des offres adaptées en cas de dépendance. Car avec ce nouveau dispositif, il s'engage davantage dans la recherche de solutions d'autonomie pour les seniors et dans le soutien au quotidien des familles et des accompagnants. Pour mémoire, la France compte un grand nombre de personnes âgées dont plus de 1,2 million sont dépendantes.

## Kelassur se recentre sur la comparaison des produits pros

Afin d'anticiper l'entrée en vigueur de la généralisation de l'ANI sur la complémentaire santé, la filiale de Comparadise se recentre sur ce marché naissant en proposant aux professionnels de comparer les offres du marché avant de s'engager dans l'assurance santé collective.

Sans attendre l'entrée en vigueur de l'ANI qui impose à partir du 1er janvier aux chefs d'entreprises professionnelles de proposer une mutuelle obligatoire à leurs salariés, KelAssur.com suggère à ces décideurs de dénicher dès maintenant l'offre complémentaire santé la mieux adaptée à ses collaborateurs. A cette fin, ils ont la possibilité de réaliser désormais un devis en ligne sur son espace de comparaison. La plate-forme de comparaison Kelassur a été ainsi réorientée sur cette thématique d'assurance santé collective afin de répondre à toutes les questions que peuvent se poser salariés et dirigeants. A cette fin, l'opérateur propose des explications notamment sur la mutuelle obligatoire, les avantages pour les chefs d'entreprise et les salariés etc. Désormais comparateur pro, cette plate-forme propose à chaque chef d'entreprise des solutions sur différentes couvertures : une mutuelle d'entreprise pour couvrir les frais de santé de ses salariés ; la garantie responsabilité civile professionnelle pour protéger la société si elle est responsable d'un dommage causé à un tiers ; une retraite complémentaire, pour compléter les remboursements versés par la sécurité sociale ; une assurance prévoyance pour couvrir les salariés en cas d'accident ou d'arrêt de travail ; une garantie flotte automobile pour protéger l'ensemble des véhicules de la société etc. Face à une offre très plurielle et une pression marketing sans nulle pareille, Kelassur apporte des devis détaillés de ses différents partenaires en quelques clics sur sa plate-forme, qui propose des prestations gratuites et sans engagement. Kelassur rappelle qu'il est nécessaire pour

chaque dirigeant de maîtriser notamment la composition de sa masse salariale en vue de pouvoir proposer la mutuelle adaptée. Pour cela, il doit connaître la situation économique et fiscale de l'entreprise ; le nombre de salariés et leur âge moyen, la catégorie de salariés (cadre / non cadre.), ainsi que les types de contrats en vigueur (CDD, CDI etc.). Afin d'être en phase avec sa nouvelle cible, le comparateur a revu le design de son site ; les différentes rubriques sont plus lisibles et plus claires. Le contenu a, bien entendu, été totalement modifié. Chaque rubrique explique clairement les différentes assurances proposées par le site pour répondre à toutes les problématiques des entreprises : multirisques pro, assurance retraite et décennale ; prévoyance collective ; assurances flotte auto. En complément, la rubrique « Tout savoir » explique tout ce qu'il faut cerner sur la comparaison d'assurances en ligne afin que chacun puisse s'y retrouver. Selon Julien Fillaud, directeur général adjoint du Groupe Comparadise, « la refonte et la réorientation de KelAssur.com vers une cible professionnelle est en complète adéquation avec la stratégie groupe de Comparadise. Tous les sites Internet du Groupe ont été repositionnés vers une cible précise. Pour exemple, DevisMutuelle.com s'est réorienté vers une cible senior et répond ainsi à toutes leurs attentes et leurs besoins ».

## LinXea s'apprête à lancer un nouveau contrat d'assurance vie

Pour sa nouvelle offre, le spécialiste de l'assurance vie a retenu le contrat d'Apicil Assurances. Il s'agit du fonds Apicil euro garanti.

Dans le cadre de sa stratégie de diversification, LinXea va bientôt proposer sur le marché la souscription d'un nouveau contrat d'assurance vie sur son site Internet. Il s'agit de la solution LinXea Zen. Selon cet acteur de la vente en ligne, cette offre se caractérise par des frais réduits et apparaît comme l'une des moins chères du marché. Illustration de son caractère abordable charges d'entrée sont gratuits, tout comme ceux de versements et d'arbitrage. Quant aux, les frais de gestion sur les unités de comptes s'élèvent à 0,6 % tout comme ceux sur les fonds en euros. LinXea.com propose pour cette offre entièrement gérable en ligne une palette de services : la consultation du contrat en ligne, les versement complémentaire par chèque ou par virement, les arbitrages, les demandes d'avances, la modification des options (mise en place, suppression, modification de versements programmés, rachats partiels programmés, arbitrages programmés, sécurisation des plus-values), les demandes de rachats partiels ponctuels, la validation d'une proposition d'arbitrage, les avenants (modification de coordonnées). Plus généralement, cette solution est le fruit du partenariat avec Apicil Assurances,

qui lui permet de proposer le fonds APICIL EURO GARANTI. En 2013, ce dernier a réalisé une performance de 3,65 % nets estimée dans le cadre d'une souscription LinXea Zen.

L'offre en unités de compte que propose LinXea est large et diversifiée avec plus de 260 supports qui seront encore étoffés dans les mois à venir, selon l'opérateur en ligne.

Parmi ces supports figure le FCP Solidarité Habitat et Humanisme, un placement solidaire (25 % du revenu sont versés à l'association Habitat et Humanisme sous forme de dons déductibles du revenu imposable) et de partage (25 % des revenus du placement sont versés directement à l'association Habitat et Humanisme).





### 3.3 Communication

#### La GAV de la Caisse d'Épargne atteint le cap des 500 000 contrats

Déjà récompensée par le Label d'excellence des Dossiers de l'Épargne, le contrat Garantie des accidents de la vie (GAV) des assurances de la Caisse d'Épargne et des banques associées a atteint le cap des 500 000 contrats souscrits.

500 000. Tel est le volume de contrats que compte désormais le portefeuille Garantie assurance de la vie des assurances de la Caisse d'Épargne et des banques associées. Selon Michel Cabirol, directeur du développement de BPCE Assurances, « la Garantie des Accidents de la Vie séduit de nombreux clients car ce contrat répond aux besoins de protection de tous nos assurés, quel que soit leur profil. » Cette offre se décline en deux modules afin de s'adapter aux attentes des clients : d'un côté, la formule Essentielle, qui se déclenche à partir de 10 % d'IPP. L'indemnisation pouvant aller jusqu'à 1 000 000 € par victime et par événement ; de l'autre, la formule Intégrale se déclenche soit à partir d'une hospitalisation d'au moins 5 jours consécutifs dans un service de chirurgie : l'indemnisation peut aller jusqu'à 15 000 € par

victime et par événement si la victime n'a pas d'IPP ou que l'IPP est inférieure à 5 % ; soit à partir de 5 % d'IPP : dans ce cas l'indemnisation peut aller jusqu'à 1 000 000 € par victime et par événement. Cette offre a déjà été récompensée par le Label d'Excellence des Dossiers de l'Épargne. Un contrat qui séduit de plus en plus d'assurés.



### 3.4 Attentes et comportements des consommateurs

#### Jeunes au volant : les comportements à risques flambent

Selon les résultats du dixième baromètre AXA Prévention réalisée par TNS Sofres, les 18-25 ans multiplient les comportements à risques au volant.

Les enseignements de cette étude montrent qu'en ville, les jeunes conducteurs multiplient les comportements à risques en pleine conduite. En fait, ils sont plus nombreux que leurs aînés à ne pas respecter le code de la route. Ainsi, 58 % parmi eux reconnaissent rouler parfois à 65 km/h en ville (contre 46 % en moyenne). Plus dangereux encore, 83 % parmi eux reconnaissent ne pas toujours s'arrêter au feu orange (contre 72 %). Signe des temps, le Smartphone auquel ils sont accros ne les quitte pas toujours même quand ils sont au volant. 57 % parmi eux téléphonent en conduisant (contre 34 %) à consulter et lire leurs SMS (contre 19 %). En revanche, la conduite en état d'ébriété est en baisse, selon cette étude, sur toutes les couches de la population tout au long de cette dernière décennie : elle est passée de 14 % à 6 %. Enfin, 8 % des jeunes hommes et 2 % des

jeunes femmes (contre 1 % pour la population moyenne) reconnaissent se livrer à la consommation de cannabis. Méthodologie de l'enquête Enquête réalisée du 12 au 24 décembre 2013 auprès d'un échantillon national représentatif de 1200 automobilistes et d'un échantillon complémentaire de 350 jeunes conducteurs (18-25 ans). Les témoignages ont été recueillis par interviews téléphoniques d'une durée moyenne de 16 minutes, au moyen d'un questionnaire CATI (interviews assistées par ordinateur). Les résultats régionaux sont le fruit d'un découpage Nielsen en 9 régions, comme c'est le cas depuis l'édition 2012.

# 4 CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

## 4.1 Synthèse des marchés européens

### Enquête Nielsen : la confiance regagne du terrain

Selon cette étude, la confiance des consommateurs aurait repris du poil de la bête atteignant même ses niveaux d'avant la récession mondiale. Elle augmente surtout sur le Vieux continent. Et fait du sur place en Chine.



La confiance des consommateurs aurait repris des couleurs dans le monde au premier trimestre 2014, retrouvant même son niveau affiché avant celui de la pré-récession. Elle atteint un indice de 96 durant cette période, score le plus élevé depuis le 1er trimestre 2007. C'est, en tout cas, la conclusion de l'étude sur le moral des ménages de Nielsen. A noter, cet indicateur, qui avait enregistré son plus faible score mondial au 1er trimestre 2009, à savoir 77 points, est globalement en hausse de deux points par rapport au 4ème trimestre 2013 et de trois points en un an, comparé au 1er trimestre 2013. Si le ton est à l'embellie sous l'angle global, qu'en est-il par pays ? L'enquête apporte des éclairages à travers ce prisme géographique. Ainsi, cinq des six plus grandes puissances économiques mondiales voient progresser la confiance des consommateurs. Celle-ci a ainsi augmenté de huit points en France (atteignant 59 désormais) ; outre-Atlantique, elle a flambé de six points (100), de quatre points en Allemagne (99), de trois au Royaume-Uni (87), et d'un point au Japon (81). En revanche, elle a stagné en Chine (111). Selon Laurent Zeller, PDG de Nielsen France, « lors du

terrain de cette étude, l'incertitude politique prévalait juste avant les élections municipales, et le taux de chômage restait historiquement haut. Malgré cela, les perspectives économiques montraient des signes d'éclaircie avec un PIB prévisionnel de +0.8 % pour 2014 et une consommation des ménages encore en progression. Notre suivi des ventes de la grande consommation chez Nielsen France confirme ces résultats et la résilience de l'industrie ... avec une augmentation des volumes de +1 % sur le début 2014, renforcée par un fort appétit pour l'innovation et les produits premiums ! » Tout particulièrement en Europe, cette confiance a augmenté dans 21 des 32 marchés au premier trimestre. Elle est en berne dans 9 pays et est restée stable dans 2 Etats. Les indices en France (59) et en Grèce (53) ont augmenté de huit points chacun, tandis qu'au Portugal (51) et en Espagne (61) ils ont augmenté respectivement de sept et trois points par rapport au 4ème trimestre 2013. A contrario, la Croatie et l'Italie enregistrent les plus faibles scores de confiance des consommateurs (45) ; pour autant, chacun améliore sa performance avec une augmentation d'un point par rapport au tri

mestre précédent. Pour un score de 104, la Suisse enregistre l'indice le plus élevé en Europe avec une augmentation de 10 points. L'Ukraine (56) est le plus mauvais élève avec la plus forte baisse ce trimestre, -7 points. Il est facile de comprendre cette contre-performance quand on sait que le pays est plongé dans un chaos guerrier depuis quelques mois. Quel impact de cette bonne nouvelle sur l'emploi ? En France, la morosité reste de mise sur ce terrain. Pourtant, les consommateurs sont confiants, estimant que de bonnes nouvelles sont à espérer dans les prochains douze mois. Ce sentiment est en net progression et atteint presque la moitié du panel (49 %). Cette augmentation trimestrielle de 2 points propulse la moyenne mondiale presque au même niveau que celui de la pré-récession. La plus forte augmentation trimestrielle est à mettre au crédit de l'Amérique du Nord, (+ 5 points), à 43 %. En France l'emploi ressort comme la préoccupation majeure de 21 % des personnes sondées. 41 % de nos compatriotes estiment toujours que les perspectives d'emploi sont mauvaises pour l'année à venir. Si ce score régresse (46 % au trimestre précédent), il reste largement supérieur à la moyenne Européenne (26 %, en baisse également après 29 % au trimestre précédent). Dans cette ambiance, 84 % des Français pensent que le pays est en récession avec une baisse d'1 point par rapport au dernier trimestre 2013 et de 8 points sur un an. En Europe ce score at

teint 69 % (contre 70 % au trimestre précédent) et baisse de 5 points à une année d'intervalle (74 %). Les Français restent 8 % à penser que la France sortira de la récession dans les 12 prochains mois contre 75 % à dire le contraire, des scores très stables. En Europe ces proportions sont respectivement de 13 % et de 59 %. Du reste, les préoccupations principales pour nos compatriotes restent la sécurité de l'emploi (pour 30 % d'entre eux, la 1ère ou la 2ème préoccupation) devant l'augmentation des factures domestiques (23 %) et la situation économique en général (21 %). Méthodologie : Cette enquête en ligne sur le moral des consommateurs a été lancée en 2005 par Nielsen. Elle mesure la confiance, les préoccupations majeures et les habitudes de consommation de 30 000 internautes dans 60 pays (incluant 3 nouveaux pays ce trimestre : Nigéria, Kenya et Ghana). La dernière étude a été menée du 17 février au 7 mars 2014 en Asie Pacifique, Europe, Amérique Latine, Europe de l'Est, Afrique et Amérique du Nord. Un indice de moral des ménages égal à 100 signifie un degré moyen d'optimisme dans le pays. L'indice de confiance des consommateurs en Chine est compilé séparément à partir d'une enquête de méthodologie mixte menée avec 3500 répondants.

# 5

## NOMINATIONS

### 5.1 Nominations

#### Actuaris : Anne-Charlotte Bongard à la tête du Pôle IARD

En qualité d'Associée, actuaire Expert ERM-CERA, elle prend les rênes du Pôle IARD d'Actuaris.

Agée de 35 ans et diplômée de l'Université Paris Dauphine, actuaire Expert ERM-CERA Anne-Charlotte BONGARD sera notamment chargée de développer les offres innovantes en tarification, reserving, et modélisation de ce groupe.

Depuis 9 ans au sein de la société, Anne-Charlotte BONGARD a joué un rôle de premier plan dans le développement du cabinet. « Sa compétence technique constitue un atout majeur pour mener à bien les grands projets confiés au Pôle IARD, spécialement les nouvelles offres de conseil pour accompagner nos clients

dans le nouvel univers du digital et du Big Data » déclare Pierre ARNAL, Directeur Général d'Actuaris.

Anne-Charlotte BONGARD a débuté sa carrière en 2003 dans le monde du conseil, puis a rejoint Actuaris dès 2005 pour conduire de nombreuses missions et promouvoir les logiciels du cabinet.

# 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 Invest

16 place Vendôme- 75001 Paris  
Tél : 01.73.77.56.04

E-mail : [capa@capaweb.com](mailto:capa@capaweb.com) - [www.capaweb.com](http://www.capaweb.com)

**Directeur de la publication:**  
Kamil TADJADIT

**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) - 01.73.77.56.04



## S'abonner au CAPA Hebdo

**Un an (45 numéros) - 269,10 € TTC**

**Retourner ce document à CAPA Conseil :**

16 place Vendôme- 75001 Paris  
ou par e-mail : [capa@capaweb.com](mailto:capa@capaweb.com)

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

Virement bancaire : BNP PARIBAS  
IBAN : FR76 3000 4014 7500 0100 7677 755

A réception de facture

Nom : .....Prénom : .....

Fonction : .....

Société : .....

Secteur d'activité : .....

Email : .....

Tél : .....Fax : .....

Adresse : .....

.....

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

Date..... Signature