



## DECRYPTAGE

Reportage :

**Le Groupe MAIF présente des résultats en hausse**

PAGE 5

## L'essentiel de la semaine

### Stratégie – page 7

Le Crowdfunding bénéficie désormais d'un nouveau cadre juridique

### Marketing – page 11

La Mutuelle des Motards lance la solution Collector

### Stratégie – page 8

Humanis commence à sortir la tête de l'eau

### Marketing – page 12

Prévoyance : Aviva renforce les atouts de Senséo

### Stratégie – page 10

Solucom affiche des résultats positifs

### Systèmes d'information – page 16

Caisse d'Epargne : premières signatures en ligne de contrats auto et MRH

# 1

## L'ESSENTIEL DE LA SEMAINE

### **Le Crowdfunding bénéficie désormais d'un nouveau cadre juridique**

Fleur Pellerin, ancienne déléguée chargée des petites et moyennes entreprises, de l'innovation et de l'économie numérique avait annoncé un nouveau cadre juridique pour le financement participatif. Une ordonnance vient confirmer cette innovation réglementaire qui doit faire de la France « le pays pionnier » en matière de Crowdfunding.

*(Lire page 7)*

### **Humanis commence à sortir la tête de l'eau**

Cette semaine, le groupe de protection sociale a présenté ses résultats d'où jaillit un principal enseignement : son résultat net est quasi équilibré en assurances de personnes et un chiffre d'affaires dans ce domaine en légère hausse. Parallèlement, Humanis s'est réorganisé.

*(Lire page 8)*

### **Solucom affiche des résultats positifs**

Dans un environnement économique encore hésitant, le spécialiste du conseil stratégique annonce un chiffre d'affaires en croissance de 8 % sur l'année 2013, comparé à ses performances de 2012. Et devient, du même coup, deuxième acteur indépendant du conseil devant McKinsey et derrière BCG (source PAC). Son résultat net part du groupe est en hausse de 6 % dans la même période, à 10,9 M€.

*(Lire page 10)*

### **La Mutuelle des Motards lance la solution Collector**

Le spécialiste de la couverture des deux roues vient d'enrichir son offre en lançant la solution Collector destinée aux passionnés de motos d'exception. Cette offre propose plusieurs nouveautés parmi lesquelles les formules vol et tous Accidents.

*(Lire page 11)*

### **Prévoyance : Aviva renforce les atouts de Senséo**

La filiale de l'assureur anglais a décidé de renforcer Senséo, sa gamme de prévoyance. Des changements inédits apportés à ces contrats concernent particulièrement l'optimisation des garanties invalidité et l'amélioration des prestations. Pour une meilleure protection des clients.

*(Lire page 12)*

### **Caisse d'Épargne : premières signatures en ligne de contrats auto et MRH**

Déployé officiellement le 19 mai dernier, le dispositif de signature électronique à distance de la Caisse d'Épargne destiné à conclure les ventes de produits auto et MRH en ligne a déjà permis de parapher ses premiers contrats.

*(Lire page 16)*

# SOMMAIRE

DECRYPTAGE

|Stratégie|page 5

**Le Groupe MAIF présente des résultats en hausse**



## 1 L'EDITO DE LA SEMAINE

L'American Way of Life, modèle universel ? ..... 4

## 2 STRATÉGIE & ACTUALITÉS

- 2.1 Notations financières - Certification ..... 7**  
Le Crowdfunding bénéficie désormais d'un nouveau cadre juridique..... 7
- 2.2 Résultats des sociétés ..... 8**  
Humanis commence à sortir la tête de l'eau..... 8  
L'AMAP vient de boucler son Assemblée générale annuelle ..... 9  
Solucom affiche des résultats positifs ..... 10

## 3 MARKETING

- 3.1 Innovations Produits/Service..... 11**  
La Mutuelle des Motards lance la solution Collector ..... 11  
Prévoyance : Aviva renforce les atouts de Senséo ..... 12
- 3.2 Communication ..... 13**  
La Fondation Macsf publie un opus sur les bonnes pratiques et les réseaux sociaux ..... 13
- 3.3 Attentes et comportements des consommateurs..... 14**  
Selon une étude Cetelem, 3 français sur 4 contraints à des arbitrages budgétaires ..... 14

## 4 SYSTEMES D'INFORMATION

- 4.1 Internet / Multimédia ..... 15**  
BNP Paribas lance Mobo ..... 15  
Caisse d'Épargne : premières signatures en ligne de contrats auto et MRH ..... 16

## 5 NOMINATIONS

- 5.1 Nominations ..... 17**  
Benoit de Fontenay rejoint le réseau Euklead ..... 17  
Jean-Philippe Vanot nommé administrateur de DOMPLUS ..... 17

# L'EDITO DE LA SEMAINE

Par Emmanuel Mayega

## L'American Way of Life, modèle universel ?



**American Way of Life ou art de vivre à la Yankee. Voilà le projet de vie que nous propose/impose l'Amérique depuis plusieurs décennies. Un modèle renforcé par le digital. Attention, danger. L'uniformisation nous guette. Tout comme la demi-culture.**

Les États-Unis d'Amérique ne sont pas le Vieux continent. D'un côté, une civilisation récente, de l'autre un terreau à mémoire. Que nul ne vienne me prêter quelque jugement de valeur sur l'un et l'autre. Aucune (in)équation de ma part. Juste un constat : quelques centaines d'années de vie communes caractérisent la nation américaine d'une part, une culture millénaire, de l'autre. Arrimé au rythme de vie américain du fait de sa capacité à innover, notre destin semble nous échapper désormais. Tout comme notre quotidien, épié par le grand Oncle Sam (je vous fais l'économie de l'affaire Prism, programme américain de surveillance numérique à travers le monde). Grâce à ses inventions digitales, nous sommes à sa botte, depuis qu'il a su taire les bruits de bottes sur cette terre vieille et longtemps en proie à des guerres ancestrales. Un seul exemple pour comprendre notre assujettissement : le mode de vie véhiculé par le GSM et les applications associées. Désormais, à l'instar des américains, nous organisons notre vie en fonction de ce « toutou » qui ne nous quitte plus. Comme les Américains, qui ont inventé Apple, Facebook et j'en passe, nous prétendons vivre en réseau, échangeons nos données avec mr « Tout le monde », mesurons nos calories et nos efforts après avoir consommé du hamburger dans un de nos Fast Food implantés partout sur le territoire du vieux continent. Depuis quelques jours, la firme de Steve Jobs va plus loin et propose une nouvelle vision du digital que les Européens vont s'empresser d'adopter.

Désormais, votre santé pourra passer par Health, nouvel univers proposé par Apple. Il permettra de créer un kit de santé sous la forme de véritables cartes d'informations regroupées au sein d'un icône. On pourra y trouver votre tension artérielle, votre formule sanguine, votre poids, etc.). Ces données servi-

ront à mieux surveiller votre santé nous promet-on. Mais la firme américaine ne s'arrête pas là. Avec Home, elle met en avant un autre concept : le pilotage de l'habitation à partir d'un Smartphone, et surtout pas un autre : iPhone. On le voit bien, tout s'organise autour de cet objet conçu par les Américains. Disséminées dans le monde, ces innovations véhiculent le mode de vie à l'américaine. Pourquoi pas ? Ils regorgent de points positifs que personne ne saurait nier. En revanche, difficile de dire que nous y posons un regard critique. Nos enfants y ont plongé pieds et mains liés. Résultat, l'on parle de génération Y et désormais, la Z toque à la porte. Mettez-là dans un univers américain et la voilà perdue. Pourtant, elle adopte la symbolique digitale de cette culture. Au point d'en devenir esclave et en situation de demi-culture. Comment peuvent réagir les entreprises ? Elles n'ont pas le choix. Et doivent suivre. BNP Paribas qui doit payer 10 Mds de dollars US pour son impertinence vis-à-vis des autorités américaines n'a pas résisté à la puissance dévastatrice du Smartphone. Résultat : Hello bank ! est dans les bacs. AXA Banque n'a pas trouvé d'alternative à ce mode de vie avec Soon, même si la compagnie devenu assurbanque propose quelque idée ingénieuse autour de son concept bancaire (le reste à dépenser, par exemple). Les porteurs de risques devront s'y adapter à leur tour. Et c'est déjà fait en partie, à travers l'assurance des mobiles. Pour autant, ils devront proposer des contrats spécifiques à la génération Z qui a une autre conception du risque. Quoiqu'il en soit, aucune entreprise ne pourra échapper à ce phénomène d'américanisation voilée, ne serait-ce que par son plus mauvais effet : la cybercriminalité. Ce n'est pas le projet satellitaire de Google qui va la freiner. Ses drones non plus. En fait, l'Amérique est désormais dans nos poches. Pourtant, c'est elle qui nous mène par le bout nez.

EMMANUEL MAYEGA  
Rédacteur en chef

# DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

## Le Groupe MAIF présente des résultats en hausse



Dominique MAHE élu P-DG de MAIF

Après avoir annoncé sa sortie de Sferen, Sgam dans laquelle il avait uni ses forces avec la Macif et la Matmut, l'assureur militant a présenté, cette semaine, ses résultats 2013. Fait marquant de ses activités, ce grand du paysage mutualiste français a enregistré un résultat en hausse de 11,5 % en 2013, par rapport à l'année 2012. Le chiffre d'affaires durant cette période affiche également une embellie de 4 %. Selon le groupe, ces résultats constituent les premières retombées de son plan stratégique 2009-2014. Parmi les axes de ce programme figure la transformation du réseau. En dehors de la branche auto, qui affiche une activité en très légère baisse, à savoir - 0,04 % par rapport à 2012, tous les autres segments se sont bien comportés. A commencer par la multirisque habitation (MRH) : elle flambe de 11 %. L'assurance de personnes présente globalement une hausse de 2 %. Analyse d'une année qui a vu la confortation des bons résultats techniques du groupe, avec un ratio combiné de 95,2 %, en amélioration de 5,5 points.

PAR EMMANUEL MAYEGA

L'année 2013 aura été un bon cru pour l'assureur militant. La quasi-totalité de ses voyants sont au vert. Outre un ratio sinistre/prime de 95,2 % (100,7 % en 2012), le taux de satisfaction des sociétaires est de bonne facture : 95 % parmi eux se déclarent satisfaits, voire très satisfaits à 72 %. Pour Maif, les bons résultats engrangés en 2013 « confirment l'attractivité de son modèle avec 3,022 millions de sociétaires, ce qui représente + 30 714 sociétaires l'an dernier, pour 14,7 millions de contrats d'assurance. Le groupe revendique également « un taux de départ parmi les plus bas du marché (2,5 %) et un taux d'équipement parmi les plus élevés (71 % de sociétaires détiennent au moins les deux contrats Vam et Raqvam). »

L'an dernier, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 3,164 milliards d'euros, en hausse de + 4 %. L'activité non vie réalise 2,598 milliards d'euros, avec une progression de 2,5 % par rapport à 2012. Au global, le groupe réalise un résultat net de 176 millions d'euros, en augmentation de 11,5 % par rapport à 2012.

Qu'en est-il des actifs gérés au 31 décembre 2013 ? Ils s'élèvent à 14,166 milliards d'euros. Les fonds propres se stabilisent à 2 milliards d'euros, permettant ainsi à l'assureur d'afficher un ratio de solvabilité ajustée de 379 % (y compris les plus-values latentes et le rappel de cotisations).

Dans le détail, chacune des branches a contribué positivement au chiffre d'affaires du

groupe, hors mis le segment de l'auto. Ainsi, fin 2013, l'assureur militant couvre 3 423 079 véhicules. Un portefeuille en légère baisse de 0,04 % par rapport à 2012. Ce résultat est réalisé sur un segment de l'automobile 2013 en baisse, du fait notamment de l'effondrement des ventes de véhicules neufs (- 7,6 %). En revanche, la MRH s'est particulièrement bien comportée : le groupe assure 3 121 730 lieux de risques, soit une augmentation de 11 % par rapport à 2012 (+33 825 habitations).

Si l'assureur militant se comporte bien sur son cœur de métier, comment réagit-il sur le terrain de l'assurance de personnes marqué l'an dernier par de grandes nouveautés réglementaires et un climat incertain ? Il enregistre des chiffres encourageants avec un volume de 3 098 873 contrats, soit une progression de 2 %. Au total, il a engrangé 1 917 643 contrats Pacs (assurance tous risques corporels qui couvre le conducteur d'un véhicule terrestre à moteur et ses passagers, même en cas d'accident sans tiers responsable) contre 1 899 578 en 2012 (+ 0,9 %). L'offre Praxis a bouclé l'année avec 1 059 707 contrats contre 1 022 773, une année plus tôt (+ 3,6 %). Développé en 1996, Praxis est une garantie des accidents de la vie. Enfin, Rassicap et Rassicap Solutions totalisent 121 523 contrats contre 113 620 contrats en 2012 (+ 7 %). Un résultat qui s'explique notamment par le lancement de Rassicap Solutions en 2012.

Plus généralement, dans un contexte de l'assurance vie marqué par un flou pour le moins perturbateur, Parnasse-MAIF, bras sécu-

lier du groupe dans ce domaine a enregistré une collecte brute globale en hausse de 12 %, avec 549 millions d'euros et une collecte nette positive de 207 millions d'euros contre 93 millions d'euros en 2012. Autre information, son nombre d'adhérents est en progression (+6 %), à 387 755 adhérents, ce qui représente un taux d'équipement du sociétariat MAIF de 10,6 % ; en outre, il gérait 7,8 milliards d'euros d'actifs fin 2013

contre 7,4 milliards d'euros à la même période en 2012, soit une progression de 6 %.

Enfin, Parnasse-MAIF a servi, en 2013, comme en 2012, un taux net de 3,10 % pour son contrat Nouveau Cap, et 3,40 % pour le compartiment en euros d'assurance vie responsable et solidaire.

Groupe, en M€	2013	2012	Variation en M€
Chiffre d'affaires	3 164	3 042	+122
non vie	2 598	2 535	+ 63
vie	569	508	+ 61
Résultat	176	157	+ 19
Fonds propres	2 007	1 830	+ 177
Actifs gérés	14 166	13 469	+ 697
Ratio combiné	95,2 %	100,7 %	-
Marge ajustée	246 %	233 %	-
Marge ajustée (y compris plus-values latentes et rappel de cotisation)	379 %	362 %	-

### MAIF sort Sferen

La sortie du groupe Maif de la Sgam Sferen porte un coup dur à cette structure au moment où d'autres, comme Covéa avancent. Solvabilité 2 ? Mésentente sur le processus d'intégration ? Il est difficile de savoir exactement les arguments qui ont présidé à ce choix, du côté de l'assureur militant. Pour autant, ce dernier ne rompt pas totalement avec ses alter ego, Macif et Matmut. Le communiqué publié par la Maif confirme certains liens conservés par les trois acteurs : «... Cette décision n'a aucun impact sur les accords existants, qu'il s'agisse de SFEREN Réparations, des programmes de réassurance ou des achats hors assurance... ».

Par ailleurs, ce retrait « est conditionné à l'absence d'opposition de l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution et, sauf opposition, il ne deviendra définitif qu'à l'issue de l'Assemblée générale de SFEREN se prononçant sur lui », ajoute le communiqué de presse.

En un peu moins de quatre ans, la convention nouée entre les trois acteurs a du plomb dans l'aile, dans sa configuration historique.

### Dominique MAHE élu P-DG de Maif

En remplacement de Roger Belot, Dominique MAHE prend les rênes de la Maif. Dès son entrée en fonction, il a pris l'engagement devant les élus des sociétaires rassemblés à Niort de porter un projet stratégique reposant sur les différences du modèle MAIF et la force de sa singularité. Il a également tenu à saluer l'action de son prédécesseur : « *Notre mutuelle s'est remarquablement développée sous sa Présidence. Roger BELOT a su affirmer son attachement profond aux valeurs originelles, mais aussi sa volonté constante d'aller de l'avant et d'opérer les changements nécessaires...* ».

Militant engagé depuis près de trente ans au service de la Mutuelle, Dominique MAHE, ex-professeur d'histoire et de géographie dans le second degré a intégré le Conseil d'Administration de la Mutuelle en 1997, puis la Direction Générale en 2001. Pendant cette période, il s'est fortement investi dans des projets stratégiques majeurs de la mutuelle, comme : la transformation du réseau, la refonte de l'assurance habitation ou la dynamique démocratique. Il a aussi mené à son terme l'évolution du réseau militant.



## 2.2 Résultats des sociétés

### Humanis commence à sortir la tête de l'eau

Cette semaine, le groupe de protection sociale a présenté ses résultats d'où jaillit un principal enseignement : son résultat net est quasi équilibré en assurances de personnes et un chiffre d'affaires dans ce domaine en légère hausse. Parallèlement, Humanis s'est réorganisé.

Dans la foulée de ses différents rapprochements, le groupe avait amorcé un travail de redressement de ses comptes qui commence à porter ses fruits. En assurance de personnes, il a enregistré, en 2013, un résultat net part du groupe à -10 millions d'euros, en très forte amélioration par rapport à 2012 (-169 millions d'euros pro forma et à périmètre équivalent). Dès 2014, cap est mis sur « une trajectoire clairement bénéficiaire dès 2014 » à environnement économique et financier constant. Malgré des résultats encore dans le rouge, le groupe Humanis conserve un haut niveau de solidité financière avec un taux de couverture de marge de solvabilité de 290 % fin 2013 (en comptant les plus-values latentes, et de 249 % hors plus-values latentes). En retraite complémentaire Agirc-Arrco et en assurance complémentaire santé collective, le groupe a conforté ses positions. Et a également enregistré une forte croissance en épargne grâce au rapprochement entre sa filiale Inter Expansion et la société Fongepar.

Plus généralement, en retraite complémentaire, les cotisations ont augmenté de +2,1 % atteignant 12,4 milliards d'euros. Sur le front des assurances de personnes, la hausse du chiffre d'affaires combiné s'élève à +1,6 % à 2,7 milliards d'euros. Parmi les faits marquants de l'année précédente émaillée de nombreux

changements réglementaires et économiques, la réorganisation du groupe autour d'un triptyque stratégique : simplifier, mutualiser et développer. Cette restructuration s'est accompagnée d'une recomposition de l'équipe dirigeante du groupe Humanis et de la clarification des quatre lignes de force stratégiques du groupe à horizon 2018 : construire pleinement et opérationnellement «Humanis en grand» ; redresser le groupe et gagner en efficacité dans les processus, porter la maîtrise des risques au niveau des meilleures pratiques dans la perspective de Solvabilité II ; fructifier tout le potentiel d'Humanis en poursuivant le développement de l'ensemble des composantes du groupe paritaire et mutualiste, dans le cadre de l'architecture ouverte aux partenariats, et mettre en œuvre une stratégie de croissance ambitieuse et soutenable ; enfin, bâtir l'avenir en pensant plus loin : accompagner les adhérents, les allocataires et les clients tout au long de leur vie en leur offrant des solutions de protection sociale, grâce au développement d'une forte culture de l'innovation et de la responsabilité capable d'anticiper les mutations à venir.



## L'AMAP vient de boucler son Assemblée générale annuelle

Le 21 mai 2014 dernier, l'Association Médicale d'Assistance et de Prévoyance (AMAP), a tenu son Assemblée générale. L'occasion de présenter les comptes annuels de cette structure qui en a profité pour se doter d'un nouveau président.

Il est revenu au président sortant de cette association, le Dr Xavier Laqueille, de présenter le rapport du Conseil d'Administration et les comptes annuels de cette structure qui revendique la place de troisième association souscriptrice française en assurance vie et prévoyance. Point d'orgue de cette intervention, les modifications apportées aux conditions générales des contrats. Il a également commenté les performances des contrats RES et RES Multisupport. Le taux du premier se situe en 2013 à 3,40 %, « une performance une nouvelle fois parmi les meilleures du marché », selon le président. Dans un environnement économique et financier européen incertain, il a salué « les très bons résultats de la MACSF, un partenaire solide à l'écoute des professionnels de la santé adhérant à l'AMAP. » Et d'ajouter : « En accordant sa confiance à la MACSF, l'AMAP permet à ses adhérents de bénéficier sur le long terme de la solidité des contrats RES et RES MS : un taux de rendement du RES supérieur en moyenne, depuis plus de 10 ans, de 0,65 % à ceux du marché. » Comme à l'accoutumée, cette rencontre a également permis aux adhérents de poser leurs questions aux membres du Conseil d'Administration de l'AMAP, tout comme aux

experts de la MACSF. « Ce fut un temps d'échange important qui témoigne de la grande proximité des membres de l'association avec leurs administrateurs et avec les dirigeants du groupe MACSF », indique le président sortant. Enfin, l'Assemblée Générale a été suivie d'un Conseil d'Administration au cours duquel le Dr Laqueille, Président de l'AMAP, a fait part aux administrateurs de sa démission du poste de président. Il a été remplacé par Dr Claire de Montchalin, médecin dermatologue retraitée, devenue, dans la foulée Présidente de l'AMAP. Enfin, l'AMAP regroupe 394 726 adhérents et compte 548 726 contrats. Dans l'intérêt de ses adhérents, elle négocie les meilleures conditions techniques et tarifaires des contrats souscrits auprès de l'assureur mutualiste MACSF dans les domaines de l'assurance-vie, la retraite, la prévoyance et la santé. Son Conseil d'administration est composé de professionnels de la santé.

The screenshot shows the AMAP website interface. On the left is a vertical navigation menu with categories like 'Actualités', 'Vie de l'association', 'Assurance Vie - Retraite', 'Association', 'Statuts', 'Objectifs', 'Administrateurs', 'Assemblées Générales', 'Adhérents', 'Les lettres du Président', 'Produits', 'Partenaires', 'MACSF - MFPS', and 'FAIDER'. The main content area features a search bar at the top right and a header 'DES CONTRATS ADAPTÉS AUX PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ'. Below this is a section for 'Association Médicale d'Assistance et de Prévoyance (AMAP)' with a brief description. A 'Actualités' section follows, listing recent news items such as 'Assemblée Générale Ordinaire 2014 de l'AMAP' and 'La lettre du Président - Février 2014'. At the bottom of the page, there are links for 'Plan du site - Mentions légales - Nous contacter'.

## Solucom affiche des résultats positifs

Dans un environnement économique encore hésitant, le spécialiste du conseil stratégique annonce un chiffre d'affaires en croissance de 8 % sur l'année 2013, comparé à ses performances de 2012. Et devient, du même coup, deuxième acteur indépendant du conseil devant McKinsey et derrière BCG (source PAC). Son résultat net part du groupe est en hausse de 6 % dans la même période, à 10,9 M€.

«Pour l'année 2013, nous avons au départ misé sur une croissance de 5 %, puis de 6,5 % en novembre 2013, pour finalement atteindre 8 %. Cette dynamique est le fruit de notre croissance organique qui y contribue à 6 %, le différentiel étant le fait de croissances externes». D'entrée de jeu, Patrick Hirigoyen, directeur général adjoint et membre du directoire plante le décor d'une croissance du chiffre d'affaires portée par différents secteurs et tout particulièrement l'Industrie et l'Énergie. Ce segment contribue à concurrence de 43 % au chiffre d'affaires du groupe, suivi de la banque et l'assurance (27 %), un ensemble où la transformation digitale et les projets associés constituent autant d'opportunités pour Solucom. L'an dernier, le groupe est notamment intervenu auprès de la Société Générale, chez Allianz, BPCE et AXA France. Le spécialiste du conseil a enregistré une progression significative sur chacun de ces grands

comptes. «La transformation numérique est un sujet de préoccupation significative dans la banque et l'assurance. Nous avons ainsi accompagné Maaf l'an dernier dans son programme de digitalisation des projets opérationnels et de la relation client ; à la Société Générale, nous sommes intervenus sur des projets de nouveaux services de mobilité et des outils collaboratifs destinés aux collaborateurs métiers», précise Pascal Imbert, président du directoire. A la faveur de ces chantiers, le groupe qui a conservé un taux d'activité de 83 % avec toutefois une visibilité limitée sur son carnet de commande, a pu bondir à la deuxième place des cabinets de conseil, selon Pierre Audoin Consultants. Cette avancée est également le fruit d'une stratégie de ressources humaines attractive qui se caractérise par le maintien du turn-over à un niveau bas (9 %) et la poursuite du recrutement à un



**Pascal Imbert, président du directoire de Solucom**

rythme soutenu. «Nous embauchons principalement des profils jeunes au sortir de l'école et mettons en place des incitations pour les retenir. Au 31 mars 2014, nous totalisons 1327 collaborateurs contre 1185 un an plus tôt», indique le DGA. Parmi les autres leviers d'expansion du groupe, la croissance externe figure en bonne place. En plus d'une décennie, Solucom aura repris une dizaine d'entreprises. Parmi ses recrues de ces dernières années figurent Alturia, Eveho, Stance, Lumens et Trend. Cette stratégie devrait se poursuivre dans les prochaines années, l'objectif principal étant de compléter souvent l'expertise du groupe dans certains domaines. Enfin, l'étranger apparaît également dans la tour de contrôle de Solucom. D'ores et déjà, le groupe compte ses premières initiatives réussies au Royaume chérifien, en Belgique et outre-Manche. Il entend aller plus loin, en fonction des op-

portunités sachant qu'il dispose d'un trésor de guerre bien garni. La finalité de cette ouverture est d'être capable d'accompagner ses clients à l'international. Pour 2015, le groupe envisage de prendre la tête du classement des cabinets de conseil indépendant de PAC. Pour cela, il entend peser cette année-là 170 M€ de chiffre d'affaires.

**Emmanuel Mayega**



**Patrick Hirigoyen, directeur général de Solucom**

# 3

## MARKETING

### 3.1 Innovations produits/Services sur Internet

#### La Mutuelle des Motards lance la solution Collector

Le spécialiste de la couverture des deux roues vient d'enrichir son offre en lançant la solution Collector destinée aux passionnés de motos d'exception. Cette offre propose plusieurs nouveautés parmi lesquelles les formules vol et tous Accidents.

Sur un marché de niche qu'est la couverture des motos de collection, la Mutuelle des motards arrive avec son offre Collector. Outre les formules vol et tous accidents, cette solution couvre l'assistance 50 Km, la corporelle, l'usage exceptionnel du trajet travail en inclusion. Ainsi que des options comme l'assistance 0 km. La cible de Collector est précisément déterminée : les conducteurs ayant a minima 24 mois d'expérience moto. Il couvre toutes les motos répondant à différents critères que doit respecter la moto couverte : avoir un certificat d'immatriculation « Collection », sa date de 1ère immatriculation doit être antérieure à 1970 ; elle doit avoir marqué son époque en raison de ses caractéristiques exceptionnelles et/ou de son innovation technologique. En fait, même une moto récente peut être classifiée Collector. Avec Collector, la Mutuelle des motards propose désormais la possibilité de souscrire en RC, Vol ou TA (tous accidents). La

cotisation en formule Vol ou TA sera calculée en fonction de la valeur de la moto de collection, et du choix du sociétaire : valeur déclarée ou valeur agréée. En valeur déclarée, trois tranches (jusqu'à 3 000, 6 000 et 9 000 €) permettront d'ajuster le tarif. En valeur agréée, un expert doit évaluer la machine. Dans ce dernier cas, la mutuelle mobilise ses 120 cabinets d'experts répartis sur tout le territoire. A l'heure où l'engouement pour les véhicules anciens et la mode du rétro dopent le marché des motos de collection (près de 100 000 deux-roues de plus de 30 ans qui prennent régulièrement la route, selon la Mutuelle des motards), cette offre devrait se développer rapidement.

## Prévoyance : Aviva renforce les atouts de Senséo

La filiale de l'assureur anglais a décidé de renforcer Senséo, sa gamme de prévoyance. Des changements inédits apportés à ces contrats concernent particulièrement l'optimisation des garanties invalidité et l'amélioration des prestations. Pour une meilleure protection des clients.

La gamme Aviva Senséo se décline en plusieurs contrats : Aviva Senséo Prévoyance, Aviva Senséo Prévoyance Médical, Aviva Senséo Prévoyance Libéral et Aviva Senséo Prévoyance Agricole. Les principales nouveautés concernent les garanties invalidité et les prestations. L'indemnisation en cas d'invalidité est améliorée pour les artisans, commerçants, exploitants agricoles, professions libérales non réglementées et salariés. Le mode de détermination du taux d'invalidité professionnelle ne tient plus compte de la notion de reclassement professionnel pour toutes les garanties invalidité. D'autre part, une nouvelle garantie Capital Confort Invalidité permet à l'assuré de bénéficier d'un capital Invalidité Permanente Partielle dès 16 % ou 33 % de taux d'invalidité suite à une maladie ou un accident et d'un mode d'indemnisation avantageux. La garantie de base Capital Invalidité Totale permet désormais d'accéder aux garanties optionnelles de l'offre Senséo prévoyance sans souscrire à une garantie décès obligatoire. Quid de la rente d'invalidité en mode forfaitaire ? Elle est accessible à tous les contrats. Côté prestations, le renforcement est également de rigueur. La franchise est supprimée pour les assurés atteints d'une Affection Longue Durée (ALD) en cas de rechute pour une même maladie ou d'un même accident. L'indemnisation au titre de l'Incapacité Partielle intervient dès 3 mois d'Incapacité Temporaire Totale. Le montant de la garantie Rente Education est majoré de 15 % lorsque l'enfant bénéficiaire est handicapé au moment du sinistre. L'indemnisation des maladies psychologiques est désormais prise en charge au-delà de la période d'hospitalisation et jusqu'à 3 ans,

pour les artisans, commerçants, professions libérales non réglementées et salariés. L'allocation Enfant Hospitalisé gratuite permet, grâce au versement d'une allocation financière, de rester au chevet de son enfant à charge lorsque ce dernier est hospitalisé. L'accès à la garantie Indemnité de Remboursement des Frais Professionnels et celle des Indemnités Journalières Relais Professionnel est élargi aux créateurs, repreneurs d'entreprise et en cas de changement de statut. Selon Julien Brami, Directeur de l'activité vie d'Aviva France, « les évolutions apportées à l'ensemble de notre gamme Aviva Senséo Prévoyance permettent de renforcer plus efficacement la protection de nos clients, notamment celle de notre cible prioritaire ; les professionnels. Notre démarche constante d'amélioration des produits contribue à positionner notre offre de prévoyance Senséo comme l'une des meilleures du marché. » Enfin, cette nouvelle mouture prévoit des conditions d'adhésion plus souples et des montants de prestations relevés. La garantie Perte Totale et Irréversible d'Autonomie est prise en charge jusqu'à 67 ans. Les indemnités journalières bénéficient d'un plus large éventail de franchises ; la durée d'indemnisation de la garantie Remboursement des Frais Professionnels est élargie. Et les plafonds de garanties pour les créateurs, repreneurs d'entreprise et en cas de changement de statut sont relevés.

## 3.2 Communication

### La Fondation Macsf publie un opus sur les bonnes pratiques et les réseaux sociaux

A l'heure du digital à tout va, les citoyens multiplient parfois des erreurs et se trouvent pris au piège. Macsf leur propose un nouvel opus leur permettant de savoir quelle attitude adopter face à la rumeur sur le Net. Cette contribution constitue la deuxième du genre, publiée par l'assureur.

Si le premier opus lancé par Macsf portait sur les « Bonnes pratiques des réseaux sociaux », le deuxième se recentre sur la thématique de la rumeur. Il est abordé dans le cadre du thème « Réseaux sociaux et bad buzz, quelle attitude prendre face à la rumeur. » Pour traiter ce sujet, le porteur de risques met en avant des cas concrets, des pistes de réflexion sur la marche à suivre pour contenir une telle difficulté. En vue de sensibiliser les professionnels de santé, son cœur de cible, l'assureur rappelle que « sur le web, la séparation entre vie professionnelle et vie privée est bien difficile à maîtriser et, malgré les certitudes de certains, une information mise sur la toile est, de fait, publique puisque partagée. Un sujet qui touche aujourd'hui tout utilisateur mais dont l'ampleur des conséquences peut être démultipliée quand l'utilisateur est un professionnel de santé. Car dès lors, comment veiller au strict respect du secret professionnel ? Par ailleurs, à l'heure où la violence à l'hôpital marque les esprits, comment gérer une mauvaise utilisation des réseaux sociaux qui peut se révéler comme première étape d'une violence à l'endroit des soignants.

» Véritable guide opératoire, Bad buzz apprend à ses utilisateurs comment qualifier un message incriminé, le graduer objectivement et cerner le rôle de chacun. En fait, cet opus propose l'analyse de diverses situations et évoque les bonnes réactions à avoir face à la rumeur sur le web. Au menu des pistes de réflexion, illustrées par des cas concrets, des conseils pratiques présentant l'alliance de deux expertises complémentaires, tant en matière juridique qu'en matière de communication. Cet outil est le fruit d'un travail conjoint réunissant direction de la communication et juristes de la MACSF, directions et responsables de la communication des hôpitaux de Marne-la-Vallée, Orléans, Poitiers, Robert Debré de Paris, Rance Emeraude et Saint-Maurice. Il est accessible à l'ensemble des personnels d'encadrement des structures hospitalières, sur commande émanant de leur direction générale ou direction de la communication.

### 3.3 Attentes et comportements des consommateurs

#### Selon une étude Cetelem, 3 français sur 4 contraints à des arbitrages budgétaires

Dans un contexte de crise qui perdure, comment les Français se comportent-ils face à différentes dépenses (alimentation, santé, solidarité de vie, etc.) ? Cetelem a confié à BVA une enquête en la matière en vue d'en savoir davantage. L'institut a passé le budget de 5 000 Français à la loupe.

De cette enquête, il ressort clairement un enseignement fondamental : les Français sont très prévoyants et font très attention à leurs dépenses. Ainsi 84 % surveillent régulièrement leurs comptes. Plus encore, 45 % parmi eux construisent précisément un budget détaillé poste par poste. Cette gestion prévoyante a une finalité : éviter de se retrouver démunis face à un imprévu. Hormis les livrets d'épargne, 43 % font l'écureuil avec toujours un peu d'argent de côté pour faire face à des dépenses inopinées (appareil ménager en panne, dégâts des eaux, réparation automobile, etc.). Véritable lame de fond, cette prudence est désormais entrée dans les mœurs des Français. Au point que plus de 50 % parmi eux estiment important d'éduquer leurs enfants à la gestion du budget et de parler avec eux de leurs dépenses et de leurs arbitrages (56 %). Ils sont 39 % à donner de l'argent de poche à leurs enfants à partir de 5 ans, 51 % dès l'âge de 11 ans) et donnent 34 € en moyenne par mois. Parmi eux, 30 % le font en fonction des résultats scolaires alors que 56 % le font sans contrepartie particulière. Autre tendance relevée par cette enquête, l'entraide monte en puissance. 24 % des Français ont prêté de l'argent à un proche au cours des douze derniers mois (24 %). Plus surprenant, 48 % des Français seraient prêts à vivre avec leurs parents ou leurs grands-parents en cas de difficulté financière. Malgré les tendances actuelles en matière d'échange ou de sous-location dans le domaine du logement, seuls 17 % des Français seraient prêts à louer une chambre à un tiers, y compris pendant les vacances (15 %).

Afin de réaliser des économies au quotidien, les Français ont mis en place des astuces et trucs :

Ils préfèrent des plats fait maison (84%) ; utilisent les coupons de réductions (81 %) et privilégient l'eau du robinet (62 %). Parmi les corollaires de la crise figure le contenu de leur assiette car 95 % des Français déclarent trouver des solutions pour arbitrer dans ce poste budgétaire. Relativement à leur logement, 60 % des Français sont prêts à réaliser des travaux pour faire des économies d'énergie (double vitrage, isolation). D'autre part, 37 % se déclarent prêts à s'équiper afin de produire leur propre énergie (panneaux solaires, pompe à chaleur, ...), pour des raisons économiques. Autre enseignement, une majorité de Français (54 %) refuse de renoncer à un petit plaisir (restaurant, sorties, culture, etc.) malgré le contexte économique. Prudents, plus de huit sur dix vont stabiliser (57 %) ou réduire (24 %) leur budget vacances par rapport à l'an dernier. Méthodologie Etude réalisée par l'Institut BVA par internet du 24 février au 2 mars 2014. Un échantillon de 5 111 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus a été interrogé. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, profession du chef de famille et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération. Au sein de cet échantillon national, 189 habitants de la région Alsace ont été interrogés dont 21 périurbains, 88 ruraux et 80 habitants de l'agglomération de Strasbourg.

# 4

## SYSTEMES D'INFORMATION

### 4.1 Internet / Multimédia

#### BNP Paribas lance Mobo

Cette solution bancaire d'encaissement mobile en France est destinée aux commerçants, artisans et professions libérales en situation d'itinérance dans le cadre de leur activité. Elle est accessible à partir d'un Smartphone.

Mobo arrive sur le terrain. Il s'agit d'une solution d'encaissement mobile utilisable par les professionnels pour différents règlements : services à domicile, taxis, professionnels de la santé, etc.). Grâce à un Smartphone équipé d'une application de caisse et d'un lecteur de carte (appareil connecté au mobile par Bluetooth), l'utilisateur a la possibilité d'encaisser ses paiements par cartes bancaires. Une fois le paiement effectué, le client reçoit par e-mail le ticket correspondant à sa transaction. L'offre Mobo vient compléter les dispositifs existant sur le marché des paiements en mobilité grâce à un équipement léger et une facturation à l'usage, sans aucun frais fixe mensuel. A cela s'ajoutent de nouveaux services additionnels, comme la constitution d'un catalogue de produits ou services sur l'application Smartphone dédiée, la gestion de promotions ciblées ou la personnalisation du ticket de caisse. Sur ce terrain, la Caisse d'Épargne propose également ses solu-

tions sans contact (NFC). L'objectif des uns et des autres est de permettre aux petites structures de bénéficier d'une caisse enregistreuse virtuelle sur le terrain.

Pendant 6 mois, de nombreux clients et prospects de la banque avaient testé cette nouvelle solution et lui ont réservé un accueil très favorable. Son lancement s'inscrit dans le prolongement des solutions de paiement proposées par BNP Paribas à destination des professionnels.



## Caisse d'Épargne : premières signatures en ligne de contrats auto et MRH

Déployé officiellement le 19 mai dernier, le dispositif de signature électronique à distance de la Caisse d'Épargne destiné à conclure les ventes de produits auto et MRH en ligne a déjà permis de parapher ses premiers contrats.

Sur les marchés d'assurance auto et multirisque habitation où la concurrence devient quasi suicidaire, l'innovation permanente apparaît comme l'une des planches de différenciation. Consciente de cette exigence, la Caisse d'Épargne propose, depuis le 19 mai dernier, la possibilité aux internautes de signer électroniquement leurs contrats autos et MRH en ligne. Exploitée pour simplifier le quotidien des assurés, cette solution leur permet de faire l'économie de déplacements dans les agences et de réduire les délais d'attentes de documents contractuels qui leur sont envoyés par voie postale. Désormais, la souscription est immédiate. Le mode opératoire de cette solution est simple. Le client se connecte à un espace sécurisé, grâce à un code qu'il reçoit par SMS. Il a alors la possibilité de signer électroniquement son contrat et de l'archiver sur son ordinateur. Corollaire, il obtient, sans attendre, son attestation d'assurance. Opérationnelle depuis le 19 mai au sein des Caisses d'Épargne Bretagne Pays de Loire et Bourgogne Franche-Comté qui l'exploitent déjà avec succès, cette nouvelle architecture de signature électronique est utilisée en Centre de Relation Clients, e-agences et dans certaines agences. A partir du 16 juin, le déploiement sera généralisé à tous les Centres



de Relation Clients ainsi qu'à l'ensemble des e-agences puis, à la totalité des agences à la rentrée. Selon Michel Cabirol, directeur du développement de BPCE Assurance, « avec la signature électronique à distance, les assurances de la Caisse d'Épargne font la démonstration de leur volonté d'innover pour répondre aux attentes des clients ». Cette nouvelle solution introduit un gain de temps pour l'assuré et le conseiller des Caisse d'Épargne. En quelques minutes, il peut orienter son client par téléphone et lui permettre de finaliser sa souscription. Véritable outil de productivité sur les points de vente, la signature électronique a tendance à décupler le taux de transformation client de ses utilisateurs. Du fait de sa capacité à proposer une conclusion immédiate d'une affaire, il limite les renoncements des assurés. Tous les acteurs de la finance l'ayant adoptée ont vu leur chiffre d'affaires augmenter significativement. Emmanuel Mayega



# 5

## NOMINATIONS

### 5.1 Nominations

#### Benoit de Fontenay rejoint le réseau Euklead

Expert en assurance et en Risk management, Benoit de Fontenay intègre Euklead, réseau français d'experts en optimisation des coûts. Sa mission : conseiller et accompagner les entreprises dans la gestion de leurs risques et dans l'optimisation de leurs garanties et coûts d'assurance.

L'arrivée de ce nouvel expert confirme la stratégie offensive d'Euklead et la volonté stratégique à savoir « aider les entreprises de toutes tailles à identifier systématiquement et clairement les risques et les opportunités, apporter des réponses adaptées à leurs problématiques de rentabilité et d'efficacité, avoir une vision claire des sujets pouvant impacter la pérennité de l'organisation tels les coûts liés aux assurances et à la gestion des risques. »

Benoit de Fontenay est diplômé de l'Institut du Management des Risques - KEDGE. Il entame sa carrière en 1992 à la Direction des Assurances

de STEF-TFE. De 1995 à 2000, il devient Risk & Insurance Manager chez Hertz Europe à Londres avant d'être nommé Responsable des Assurances Dommages du groupe Renault. A partir de 2002 et durant 9 ans, il occupe le poste de Risk Manager chez Giraud International. En 2008, il se lance comme consultant indépendant en gestion des risques et assurances.

#### Jean-Philippe Vanot nommé administrateur de DOMPLUS

Depuis le 22 mai 2014 dernier, Jean-Philippe Vanot a été nommé administrateur de Domplus, société d'intermédiation dans le secteur des services qui assure pour le compte d'entreprises et de grands donneurs d'ordre de la protection sociale des prestations de conseil et d'accompagnement à destination de leurs publics (adhérents, clients, salariés) sur des thématiques globales liées aux préoccupations de la vie quotidienne : bien-être, soutien aux aidants, transition vers la retraite, ruptures familiales, avancement en âge, handicap, etc.

Parmi les différentes fonctions qu'il occupe au sein du groupe, Jean-Philippe Vanot est notamment responsable des réseaux et systèmes d'information, Directeur Général Adjoint en charge de la qualité et de la responsabilité sociale d'entreprise et membre du Comité Exécutif. Il préside par ailleurs le comité de déontologie du groupe. Expert dans le domaine du développement digital, Jean-Philippe Vanot apporte sa vision stratégique à DOMPLUS, société d'intermédiation à distance qui assure des prestations de conseil et d'accompagnement sur des thématiques globales liées aux préoccupations de la vie quotidienne, qui prévoit de se développer dans l'économie numérique. Diplômé de l'Ecole polytechnique (X72) et de Télécom ParisTech (1977), Jean-Philippe Vanot entre chez France Télécom en 1977. Il effectue toute sa carrière au sein de cette administra-

tion qui devient entreprise en 1988. Il y acquiert une expérience dans le management et la conduite de changement, l'animation et l'entraînement d'équipes et de groupes d'entités de natures différentes dans un contexte à la fois national et international.

Aujourd'hui, 2,8 millions de salariés ont accès aux services d'intermédiation de cette entreprise recouvrant les domaines de l'équilibre vie privée - vie professionnelle, prévention, santé ou encore des questions autour de l'accès à l'emploi et au logement (...etc.), proposés par DOMPLUS.

# 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