



DECRYPTAGE :

Allianz France : stylo numérique rime avec efficacité commercial

INTERNET - MULTIMEDIA

Netino ou comment garantir une bonne e-réputation sur le Net ► **page 7**

INTERNET - MULTIMEDIA

Kelassur adopte la signature électronique ► **page 10**

ARCHITECTURE

Prixtel et Ipsos publient les résultats d'une étude sur les usages des tablettes en France ► **page 11**

LOGICIELS & APPLICATIONS

CNP Assurances retient la solution Invoke pour son pilier 3 ► **page 12**

LOGICIELS & APPLICATIONS

Etude Aastra/Netmédia Europe : réductions de dépenses IT rime avec nouveaux relais de croissance ► **page 14**

LOGICIELS & APPLICATIONS

Le Crédit Agricole migre son infrastructure réseau en synergie avec Colt ► **page 15**

1

L'ESSENTIEL

Netino ou comment garantir une bonne e-réputation sur le Net

La multiplication des interventions incontrôlées des internautes sur un environnement Web dont le rôle de prescripteur ne cesse de croître peut mettre à mal la crédibilité des acteurs. Comment y faire face efficacement ? Netino propose le concept de Web participatif. Une solution industrielle de modération déjà utilisée en France par des acteurs parmi lesquels BNP Paribas.

(Lire page 7)

Kelassur adopte la signature électronique

En intégrant le composant de signature électronique Universign à ses comparateurs d'assurances Kelassur.com et Devismutuelle.com, Kelassur donne la possibilité aux visiteurs de ses plates-formes de souscrire directement en ligne à l'offre sélectionnée.

(Lire page 10)

Prixtel et Ipsos publient les résultats d'une étude sur les usages des tablettes en France

Les résultats de l'enquête conduite par Ipsos et cet opérateur de télécom révèlent que 58,2 % de Français utilisent leur tablette plusieurs fois par jour. Cette étude a été réalisée en février 2013 en France, auprès de 1 008 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population française âgées de 16 à 75 ans issu du panel online France d'Ipsos.

(Lire page 11)

CNP Assurances retient la solution Invoke pour son pilier 3

Le premier assureur de personnes européen a décidé de s'appuyer sur la plate-forme logicielle d'Invoke afin d'industrialiser la gestion de ses processus liés au pilier 3 du programme Solvabilité 2. Un projet fédérateur qui mobilise différentes entités métiers du groupe : direction des risques, comptables, actuariat, investissements Groupe, etc. Un chantier conduit en partenariat avec Deloitte Conseil.

(Lire page 12)

Etude Aastra/Netmédia Europe : réductions de dépenses IT rime avec nouveaux relais de croissance

Aastra et Netmédia Europe viennent de livrer une étude sur les dépenses informatiques 2013 en France. Si les budgets sont en berne dans le secteur public et privé, les DSI vont privilégier certains domaines parmi lesquelles les applications verticales.

(Lire page 14)

Le Crédit Agricole migre son infrastructure réseau en synergie avec Colt

Le groupe bancaire a retenu la société Colt qui le conseille dans la migration de son infrastructure réseau nationale Multi-fournisseurs vers un maillage unique.

(Lire page 15)

SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Systèmes d'information | page 5

Allianz France : stylo numérique rime avec efficacité commercial



▶ 2. INTERNET - MULTIMEDIA

- Netino ou comment garantir une bonne e-réputation sur le Net 7
- La Commission européenne met Microsoft à l'amende 9
- Kelassur adopte la signature électronique 10

▶ 3. ARCHITECTURE

- Prixtel et Ipsos publient les résultats d'une étude sur les usages des tablettes en France 11

▶ 4. LOGICIELS & APPLICATIONS

- CNP Assurances retient la solution Invoke pour son pilier 3..... 12
- Etude Aastra/Netmédia Europe : réductions de dépenses IT rime avec nouveaux relais de croissance 14

▶ 5. RESEAUX ET TELECOMS

- Le Crédit Agricole migre son infrastructure réseau en synergie avec Colt 15

Allianz France : stylo numérique rime avec efficacité commerciale



Comment satisfaire pleinement le client dans un contexte de forte compétition et d'exigence réglementaire accrue ? Chez Allianz France, la réponse à cette problématique intègre un volet technologique. Car dans le cadre du programme S'Energy, qui consiste en un processus de vente centré notamment sur la connaissance de l'assuré, la filiale française du géant allemand déploie un stylo numérique. Récit.

PAR EMMANUEL MAYEGA

Allianz France est engagée depuis quelques années dans le déploiement d'une nouvelle méthode de vente, en l'occurrence S'Energy. Destinée à ses différents réseaux de distribution, cette nouvelle approche commerciale s'appuie sur un processus inédit au sein du groupe et qui place le client au centre des actions de la force commerciale : découverte de l'assuré, ses besoins et ses projets. Objectif : garantir la conformité de la vente et harmoniser les démarches commerciales de chaque réseau du groupe en France. Initiée il y a trois ans, cette nouvelle approche est progressivement déployée sur le terrain. Elle constitue le patrimoine génétique commercial commun à tous nos réseaux auxquels elle apporte des pratiques à forte valeur ajoutée", estime Jean-Marc Pailhol, directeur de l'Unité Distribution.

Pour faciliter l'application de cette méthode qui s'appuie sur un dossier client en format papier et introduire de nouveaux atouts dans la chaîne de distribution, l'assureur a décidé d'intégrer le stylo numérique. Le recours à une telle technologie obéit à des fondements rationnels : le papier peut se perdre et permet difficilement de conserver l'histoire de la relation commerciale avec l'assuré. En mettant un stylo numérique à la disposition de chaque commercial, les données du client sont saisies sur le lieu de vente et numérisées en temps réel. Ce qui garantit un meilleur suivi des commerciaux. D'autre part, la fonction d'horodatage de cette solution permet de garantir la conformité des actes des commerciaux vis-à-vis des obligations de conseil", indique Jean-Marc Pailhol. Pour ce dernier, le stylo numérique s'impose face au poste de travail mobile (cf. encadré) sous toutes ses formes (iPad, ordinateur portable, Smartphone) car il est transparent dans la relation avec l'assuré. Le lien commercial et psychologique est conservé avec le client. En

fait, équipé de son stylo, le commercial note les informations de son client sur un dossier papier spécial. Grâce à une caméra numérique intégrée dans le stylo utilisé, les informations recueillies dans le cadre d'un colloque quasi-traditionnel sont pourtant numérisées. L'assuré échange normalement avec son interlocuteur sans rupture dans la relation, de la phase de découverte à la conclusion de la transaction. Pratique, cette nouvelle technologie de la société Kayentis a été sélectionnée pour son adéquation avec les attentes de l'assureur. Elle est capable de stocker jusqu'à deux cents pages écrites et affiche une autonomie de vingt heures. Les données recueillies sont transférées sur un serveur tampon dédié et sécurisé dès que le stylo numérique est placé dans son encrier numérique.

Une démarche projet pour faciliter l'adoption du stylo

Afin de faciliter la prise en main de ce nouvel outil, Allianz France a adopté une démarche projet émaillée de différentes étapes. À commencer par une phase pilote mobilisant près de quatre cents cinquante commerciaux des quatre réseaux de distribution du groupe en France (encadré n°2). Une expérimentation fructueuse qui a donné le feu vert à une généralisation, dès fin décembre 2012, au fil de l'eau et en fonction des catégories de distributeurs. Les commerciaux salariés ont été les premiers à en bénéficier. Si adhérer à cet outil est naturellement libre, Jean-Marc Pailhol estime que l'exploitation de la méthode S'Energy entraîne de fait son utilisation. L'outil sans notre méthode de vente ne sert à rien". Le rythme d'adoption réalisés en termes de qualité de l'information, les gains de productivité sont à tous les niveaux, productivité commerciale pour les pres

sur le terrain est en phase avec cette déclaration sachant que l'ensemble du réseau salarié a accepté d'utiliser le stylo numérique. Pour les membres de ce maillage comme pour les autres utilisateurs, cette technologie est mise à contribution dans les onze phases du processus de vente qui part de la sélection et la hiérarchisation des cibles à l'enrichissement des bases de données et la gestion dans le temps de la relation client, en passant par la prise de rendez-vous, la préparation de l'entretien de vente, la définition des besoins et la planification de la relation, entre autres ; seule la relation face à face échappe à cet outil. En fait. Le stylo intervient avant, pendant et après la vente. Avec en prime le respect de la conformité tracée sachant que les options de solutions proposées par le commercial sont horodatées.

Selon Allianz France, les avantages sont multiples pour le client : une plus grande proximité relationnelle avec les assurés, celle-ci étant favorisée par une utilisation naturelle du stylo en vis-à-vis ; d'autre part, la digitalisation du dossier offre la possibilité de conserver les données du client ainsi que l'historique de la relation client. De ce point de vue, en cas de changement de commercial, le nouvel interlocuteur peut reprendre, à la lettre près, les transactions entre le client et son prédécesseur. Ce qui constitue une garantie de cohésion dans le discours commercial", souligne Jean-Marc Pailhol.

L'assureur trouve également un compte direct dans l'exploitation de cet outil : historisation de l'interaction client permettant de conserver le dossier client dans les outils commerciaux ; accessibilité des informations client dans un espace unique sachant que la numérisation permet de faire l'économiste du papier. À cela il faut ajouter le gain de temps engrangé du fait de la dématérialisation d'une grande partie du processus.

Sur le plan managérial, le stylo change également la donne. Le manager commercial accède, en temps réel à l'exhaustivité de dossiers clients créés et traités par chacun de ses collaborateurs dans un espace unique. Les soupçons de flicage, naturels dans un tel contexte, ont bien émergé au départ. Les engagements du management à faire l'économie d'une telle approche a, selon Jean-Marc Pailhol, « rassuré les utilisateurs ; la base de données des dossiers est accessible dans des conditions prédéfinies selon qu'il s'agisse d'un agent général ou d'un collaborateur interne. Dans ce dernier cas, l'inspecteur garde une visibilité sur les dossiers créés sachant que la direction de l'Unité Distribution peut également y accéder ». Du reste, l'accès aux dossiers permet d'effacer les éventuelles distances entre les collaborateurs et leur manager. Ce dernier peut mettre en œuvre un programme d'accompagnement personnalisé pour chaque collaborateur afin de l'aider en fonction de ses lacunes.

Le stylo l'emporte face aux autres supports

Préalable à la décision de mettre à la disposition de ses distributeurs un stylo numérique, l'Unité Distribution d'Allianz France a organisé un test de la panoplie d'outils mobiles susceptibles de booster la méthode S'Energy. Outre les tablettes et la numérisation des documents recueillis sur le terrain, le stylo numérique a été confronté à cette évaluation. La décision de la Direction des opérations est intervenue bien avant la fin de la période impartie tant la solution retenue avait largement convaincu. Ce qui a ouvert la porte à une période de déploiement en grandeur nature.

Pour Jean-Marc Pailhol, directeur de l'Unité distribution d'Allianz France, le stylo numérique garantit une meilleure interaction entre le commercial et le client". Sur le terrain, cette solution bénéficie pourtant d'un rayonnement très limité en environnement opérationnel. Chez certains de ses grands concurrents comme chez les moins grands assureurs, la tablette numérique est souvent préférée. Effet de mode ou choix raisonné ? Difficile de le savoir pour l'heure. Gageons que l'expérience d'Allianz se propagera telle une trainée de poudre car faut-il le rappeler, beaucoup d'assureurs n'hésitent pas à reproduire les initiatives de leur concurrents. Si tel est le cas, ils devraient étroitement « mobiliser leur Comité exécutif en vue d'aboutir à une adhésion massive comme c'est le cas chez Allianz France », selon le directeur de l'Unité Distribution.

Trois phases pour un projet unique

L'expérimentation du stylo numérique à mobilisé 167 conseillers d'Allianz Finance Conseil et 66 d'Allianz Protection Sociale. En complément 143 agents généraux et leurs collaborateurs ont participé à ce galop d'essai, tout comme 66 salariés d'Allianz Points Services.

Après cette phase liminaire, les réseaux salariés ont basculé dans l'opérationnel : 2 400 collaborateurs d'Allianz Finance Conseil et 388 d'Allianz Protection sociale entre novembre et décembre 2012 y ont été impliqués. Enfin, 300 agents généraux et leurs collaborateurs se sont embarqués dans cette opération depuis janvier 2013. Ils doivent consentir un investissement de quelques centaines d'euros pour l'acquisition de cet outil et pour les frais de licence. Selon le directeur de l'Unité Distribution, les agents généraux qui investissent un tel montant dans l'acquisition de ce stylo numérique l'utilisent pleinement. Tout comme les commerciaux du groupe. L'adhésion des uns et des autres est totale.

À ce jour, seule une quinzaine de stylo à été égarée. Une situation dont la gestion entre dans le volet logistique de ce projet. Car « nous avons mis en place un véritable support utilisateur qui se décline en plusieurs prestations : processus de commande et de livraison du stylo. Sa comptabilité, la récupération des exemplaires vérolés et leur repackaging, aide à la prise en main », explique Stéphane Aupy, directeur de projets transverses à l'Unité Distribution. Ces différents services sont apportés par un prestataire de service externe.

Pour un investissement relativement modeste de quelques centaines de milliers d'euros, Allianz France a su mettre en place un processus dématérialisé de ses dossiers clients dans le cadre de son programme S'Energy là où d'autres acteurs déploient parfois une solution de GED et de workflow dont la mise sur pied peut s'étaler sur plusieurs années

Netino ou comment garantir une bonne e-réputation sur le Net

La multiplication des interventions incontrôlées des internautes sur un environnement Web dont le rôle de prescripteur ne cesse de croître peut mettre à mal la crédibilité des acteurs. Comment y faire face efficacement ? Netino propose le concept de Web participatif. Une solution industrielle de modération déjà utilisée en France par des acteurs parmi lesquels BNP Paribas.

Les forums sur Internet regorgent de commentaires parfois injurieux sur les entreprises. Assureurs et institutions bancaires l'ont découvert depuis quelques années. Ces déclarations peuvent parfois nuire à leur e-réputation. Cela est d'autant plus plausible que la généralisation des réseaux sociaux accentue ce risque. Comment y faire face ? La réponse a longtemps été de mettre en place une cellule interne chargée d'épier sur le Net les occurrences relatives aux marques. Au vu de la profusion des messages, il devient difficile de s'y atteler efficacement. Surfant sur cette réalité, de nouvelles offres de services voient le jour pour passer au peigne fin les déclarations des internautes et éliminer celles susceptibles de mettre à mal la réputation d'une entreprise.

Parmi ces offres naissantes, figure celle de la société Netino : « Notre mission est de prendre le relais de nos clients sur le Web ; nous réalisons pour leur compte un suivi des pages de dialogues sur Internet et retirons tout ce qui est injurieux », explique Jérémie Mani, président de Netino. Cette société a démarré ses activités, en 2002, avec pour fonction principale la modération des forums sur Internet. Progressivement, la généralisation des réseaux sociaux a justifié l'élargissement de son intervention sur ces espaces d'échanges où l'on voit désormais les clients s'épancher sur leurs différends avec les entreprises (termes de livraison non respectés, insatisfaction liée au produit ou service commandé, etc.). « Le client déçu a le droit de se plaindre ; de là à avancer des propos injurieux et outrageant à l'endroit de son

fournisseur, il est un pas de plus en plus franchi qui est inacceptable car nuisible à la e-réputation du fournisseur. Nous nous chargeons de limiter voire éradiquer un tel risque », indique le président de Netino. Dans l'assurance et la banque où cet acteur d'un genre nouveau intervient, il s'appuie sur une équipe de collaborateurs chargés de suivre en direct les différents espaces sociaux qui s'interfacent avec ses logiciels de modération. Les modérateurs organisés sur un plateau assorti d'écrans multiples interviennent en fonction d'une charte établie avec le client. Un exemple : pour BNP Paribas, l'opérateur travaille dans une logique de veille.

En d'autres termes, il traque, pour le groupe, l'ensemble des déclarations le concernant pendant une période d'un mois. Seul les propos à risques sont remontés auprès de la banque pour analyse et action éventuelle de Netino.

Actuellement, le prestataire de services de modération mobilise 140 collaborateurs en France et à l'étranger, sachant que tout le dispositif de surveillance du web mis en place est piloté à partir de la France. Selon le président de Netino, « ce marché est en pleine expansion du fait d'un réel besoin des entreprises à industrialiser leur processus de modération sur le Net. Chez les assureurs, la prise en compte de cette problématique varie selon qu'il s'agisse d'un porteur de risques ou d'un distributeur. Dans le second cas, l'assureur est moins exposé, étant indirectement en contact avec l'assuré. Toutefois, y compris dans cette dernière configuration, le rôle de



Netino est d'identifier rapidement les propos néfastes et de les supprimer le cas échéant ». Confiant en l'avenir du marché porteur de la modération sur les espaces de dialogue Web, l'opérateur entend se donner les moyens pour se développer. Témoin il vient de lever 2 millions d'euros auprès des investisseurs. En 2011, il a réalisé un chiffre d'affaires d'un

peu plus de 1 million d'euros. « Nous avons espoir que les assureurs comme les banques vont, à l'instar d'autres acteurs, comprendre la nécessité d'externaliser une tâche - la modération sur le Net - souvent jugée comme sans réelle valeur ajoutée mais indispensable ! ».

La Commission européenne met Microsoft à l'amende

Le géant américain du logiciel vient d'être frappé au portefeuille. La Commission européenne vient de le mettre à l'amende pour un montant de 561 millions d'euros. Bruxelles lui reproche le manque de respect d'une décision réglementaire l'obligeant à proposer aux internautes un choix de navigateurs variés, au-delà du sien : Internet Explorer.

Quand son concurrent le plus farouche, en l'occurrence Google, négocie positivement avec la France sur la taxe éponyme, Microsoft se voit infliger une lourde amende pour avoir manqué de respecter la réglementation qui lui impose de proposer différents navigateurs aux internautes, ce qui garantirait les conditions d'une saine concurrence. Ce manquement coûtera 561 millions d'euros à l'éditeur.

Ce dernier continue de proposer exclusivement Internet Explorer (IE) pour naviguer sur le Web, avec son système d'exploitation Windows. Pourtant, la firme de Bill Gates s'était engagée en 2009 auprès de Bruxelles, à respecter son injonction, l'objectif étant de mettre un terme à la procédure antitrust diligentée contre elle. Après enquête, les experts de la Commission s'étaient rendu compte que le géant américain n'avait pas tenu ses engagements, notamment entre février 2011 et juillet 2012. Joaquin Almunia, Commissaire européen chargé de la concurrence s'est vu obligé de sortir l'artillerie lourde pour ramener l'ogre américain aux

bonnes pratiques. Pour définir le montant de la lourde amende, l'antitrust a pris en compte, la gravité et de la durée de l'infraction, la nécessité de donner à la sanction un effet dissuasif ; comme circonstance atténuante, la coopération de Microsoft avec la Commission a été retenue, l'éditeur ayant fourni des informations aux experts de Bruxelles. La dernière sanction en date contre Microsoft est, selon les experts, la première que Bruxelles prononce contre une entreprise pour une violation de décision d'engagement.

On peut penser que l'importance de l'enveloppe constitue un avertissement pour les autres acteurs parmi lesquels Google. Actuellement, le géant de la recherche sur le Net est dans le collimateur de Bruxelles. Avec cette nouvelle amende, la Commission européenne vient de porter, à 2,16 milliards d'euros le montant des sanctions financières infligées à Microsoft sur le territoire européen.

Kelassur adopte la signature électronique

En intégrant le composant de signature électronique Universign à ses comparateurs d'assurances Kelassur.com et Devismutuelle.com, Kelassur donne la possibilité aux visiteurs de ses plates-formes de souscrire directement en ligne à l'offre sélectionnée.

Kelassur a retenu la solution de signature électronique du fournisseur Cryptolog afin de permettre aux internautes de souscrire en temps réel les solutions retenues sur ses espaces Web. Sur le marché de la comparaison de contrats d'assurances en ligne où règne une forte concurrence, cette solution permet de concrétiser rapidement la vente et de limiter au maximum la possibilité pour le prospect de changer d'avis. Plus généralement, le recours à cette technologie vise une triple finalité : fluidifier le processus en gardant l'internaute dans l'univers Kelassur ; offrir un service supplémentaire à la fois aux visiteurs du site et aux assureurs partenaires de Kelassur ; enfin, s'intégrer au sein de l'outil Rakel, pour offrir aux courtiers la possibilité de collecter la signature de leurs prospects.



Pour mémoire, Rakel est un système de gestion commerciale à destination des intermédiaires en assurance. Exploité en mode Saas, il intègre un multi-tarificateur et de nombreux outils innovants permettant aux professionnels de l'assurance de suivre leurs prospects depuis leur captation jusqu'à la souscription de leurs contrats. Au terme d'une analyse de l'offre du marché, Kelassur a préféré la solution Universign car celle-ci permet d'ajouter très rapidement un service de signature électronique à une plate-forme Web. Pour Nicolas Dulman directeur général de Kelassur, « la lisibilité, la rapidité d'intégration et la richesse fonctionnelle de l'API de signature électronique Universign ont été décisives dans notre choix ». Et d'ajouter : « Cryptolog est à la fois robuste et ergonomique. Les équipes techniques et marketing de cet éditeur nous ont plusieurs fois démontré leur réactivité vis à vis de nos demandes spécifiques ».

Très rapidement Kelassur a intégré le service de signature électronique retenu à ses solutions Web. Universign est entrée en production de-

puis plusieurs mois. Et convient à ses besoins. Grâce à cette solution, le comparateur apporte désormais à ses partenaires assureurs des clients à la place de leads. Kelassur, qui intervient sur le terrain de la mise en concurrence de produits d'assurances généralistes à travers kelassur.com et des contrats de complémentaire santé via devismutuelles.com,

capitalise sur ce composant de Cryptolog pour se différencier de ses multiples compétiteurs. Désormais, grâce à Universign, Kelassur va plus loin dans le processus de conversion, en permettant à chaque internaute de souscrire directement en ligne à l'offre sélectionnée après comparaison. « En l'absence de signature électronique, nos internautes sont, à l'issue de leur processus de comparaison, redirigés vers les sites de nos partenaires assureurs. Certains sont équipés d'un service de signature électronique et d'autres pas. Dans tous les cas, il y a nécessairement pour l'internaute une rupture au niveau de son environnement graphique et possiblement des incohérences en termes de contenu entre notre site et celui de l'assureur », estime Nicolas Dulman. Du reste, le recours à la technologie de signature électronique avait connu une première phase infructueuse au sein de Kelassur, la solution d'un précédent fournisseur n'ayant pas donné satisfaction à ses attentes. Face à cette situation, « [...] nous recherchions un partenaire fiable, réactif, avec une certaine maturité en matière de WebServices et capable de nous accompagner dans la durée », explique Nicolas Dulman.

Prixtel et Ipsos publient les résultats d'une étude sur les usages des tablettes en France

Les résultats de l'enquête conduite par Ipsos et cet opérateur de télécom révèlent que 58,2 % de Français utilisent leur tablette plusieurs fois par jour. Cette étude a été réalisée en février 2013 en France, auprès de 1 008 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population française âgées de 16 à 75 ans issu du panel online France d'Ipsos.

Cette enquête prend en compte les différents profils de l'utilisateur permanent ou ponctuel ; elle intègre également les spécificités hommes-femmes ainsi que les usages en fonction de l'âge. Bref, elle s'intéresse aux habitudes d'utilisation des français de leur tablette tactile. Ainsi, sur un panel âgé entre 16 et 75 ans, 58,2 % des français l'utilisent plusieurs fois par jour. Clairement, l'objet nomade est en passe de devenir un composant incontournable chez les Français. Mais alors en terme de genre, comment se comportent-ils ? Selon cette étude, la tablette tactile séduit davantage les hommes que les femmes, à 54,2 %. Par ailleurs, sans surprise, cette technologie est plus détenue par les jeunes. Ainsi, 30,4 % des 16-34 ans en ont une tablette contre 25,3 % des 35-75 ans. 21,6 % des interrogés ont l'intention d'en acheter une dans les six prochains mois. Prixtel a également voulu en savoir plus quant à la fréquence d'utilisation de la tablette des français. 58,2 %

des personnes interrogées exploitent leur tablette plusieurs fois par jour (plus de deux fois). Les 16-34 ans utilisent plus leur tablette que les 35-75 ans, ils sont 60,9 % des 16-34 contre 56,6 % des 35-75 à l'utiliser plusieurs fois par jour. Seulement 11,2 % des interrogés ne l'utilisent que 3 ou 4 fois par semaine, et 4 % 1 à 2 fois par mois. L'enquête réalisée par Ipsos apporte également des lumières sur les usages 35,8 % des détenteurs de tablette l'utilisent particulièrement pour faire toutes sortes de recherches : cinéma, spectacle, adresse,... Ils sont également 28 % à s'en servir principalement pour consulter leurs e-mails et 16,1 % pour aller sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter,...).

CNP Assurances retient la solution Invoke pour son pilier 3

Le premier assureur de personnes européen a décidé de s'appuyer sur la plate-forme logicielle d'Invoke afin d'industrialiser la gestion de ses processus liés au pilier 3 du programme Solvabilité 2. Un projet fédérateur qui mobilise différentes entités métiers du groupe : direction des risques, comptables, actuariat, investissements Groupe, etc. Un chantier conduit en partenariat avec Deloitte Conseil.

Le projet Solvabilité 2 est sans cesse repoussé. Sur le terrain, certains acteurs poursuivent les travaux d'adaptation de leur processus à cette nouvelle donne réglementaire. C'est le cas de CNP Assurances, qui parallèlement à la conduite de ses travaux relatifs aux piliers 1 et 2, s'est attaqué au troisième. Pour ce compartiment relatif à la transparence à travers la production de tableaux de bord à mettre à la disposition des instances réglementaires, l'assureur a retenu la plate-forme logicielle de l'éditeur Invoke. Le choix de CNP Assurances s'est arrêté sur la solution intégrée Invoke pour différentes raisons. Cet outil introduit une automatisation des reporting et le pilotage des remises réglementaires.

Sa couverture fonctionnelle est large sachant que cette solution est composée de la plate-forme de reporting réglementaire FAS Regulatory S2 et du portail web de pilotage des remises e-Regulatory S2. Elle permet, de ce point de vue, de mieux industrialiser la prise en compte des exigences de reporting du Pilier 3 de la directive Solvabilité 2. En complément, l'expertise métier de la cellule de veille réglementaire Invoke, couplée à la technologie des logiciels intégrant en natif les concepts du standard technique XBRL retenu par l'EIOPA, ont séduit CNP Assurances qui pourra ainsi disposer d'un progiciel couvrant à la fois le reporting européen et les états nationaux. Grâce sa double expertise, Invoke peut garantir la conformité de ses outils à chaque évolution de la réglementation. Une réactivité déjà démontrée dans le secteur bancaire auprès de sociétés telles que Crédit Agricole, BPCE ou Danske Bank. Selon Olivier Boyer de la direction de la maîtrise d'ouvrage de CNP Assurances, « au-delà de la qualité des solutions que nos équipes ont pu valider lors de la phase de prototype, le fait qu'Invoke soit fournisseur de solutions XBRL auprès de régulateurs européens tels que l'ACP en France a été pour nous un facteur complémentaire de choix ».

Le projet, qui a démarré l'an dernier par une phase liminaire de prototypage concluante, suit son cours. L'implémentation de cette solution de reporting pour Solvabilité 2 est menée en tandem par les équipes d'Invoke et de Deloitte. En interne, il mobilise également différentes entités : la direction des risques, les directions comptables, l'actuariat, les investissements Groupe ; bref, tous les métiers sont impliqués dans ce projet fédérateur dont la vocation est la production des QRT EIOPA sur base solo et groupe, ainsi que les rapports narratifs RSR et SFCR, sans oublier les états spécifiques nationaux français. Le périmètre géographique de ce chantier débordé le champ français. Piloté par une équipe à l'échelle du groupe depuis l'Hexagone, il prend également en compte l'Italie, Chypre, l'Espagne et l'Irlande pour le reporting solo. Il intègre aussi les données issues de filiales hors de l'Europe, comme le Brésil ou l'Argentine, pour la contribution au reporting groupe.

Si les métiers sont étroitement mobilisés, CNP Assurances a souhaité s'adjoindre les compétences de Deloitte Conseil. Ce dernier l'assiste dans la mise en oeuvre du projet. Un soutien qui porte sur différents domaines : définition de l'architecture fonctionnelle du dispositif de reporting, expression des besoins en termes de données vis-à-vis des systèmes sources, définition des contrôles destinés à fiabiliser le reporting prudentiel et travaux de recette de la solution Invoke. Selon Invoke, dans un environnement où les multiples systèmes d'information impliqués sont en pleine mutation pour préparer les données, il est critique de pouvoir passer par des sources transitoires et gérer facilement de multiples formats d'entrée (fichiers, tableaux Excel, etc.). « Notre capacité à avancer de manière agile sur le pilier 3, en gérant les points de passage dictés par l'ACP sans dévier de la trajectoire du projet cible, est à mon sens un facteur-clé de succès. Par points de passage j'entends par exemple le « tir à blanc » de QRT demandés en Excel par l'ACP dès sep-

tembre 2013 ou le premier lot de QRT à produire au format XBRL courant 2014 », indique Maté Juloski, responsable du service Consulting Banque & Assurance, Invoke. Quant à la capacité de reporting personnalisé, la force de la solution Invoke FAS Regulatory grâce à son tableur financier intégré, elle permet aux clients Invoke d'aller bien au-delà de la simple production des QRT. D'un point de vue strictement réglementaire, elle permet aux

utilisateurs de construire des analyses multi-périodes pour pouvoir justifier à tout moment la variation des indicateurs-clés auprès du régulateur. En outre, elle leur offre la possibilité de capitaliser sur l'effort réalisé pour centraliser les informations par un enrichissement du modèle de données à des fins de reporting interne.

Etude Aastra/Netmédia Europe : réductions de dépenses IT rime avec nouveaux relais de croissance

Aastra et Netmédia Europe viennent de livrer une étude sur les dépenses informatiques 2013 en France. Si les budgets sont en berne dans le secteur public et privé, les DSI vont privilégier certains domaines parmi lesquelles les applications verticales.

Incontestablement, l'année 2013 est marquée par une forte pression sur les budgets consacrés à l'informatique. L'enquête d'Aastra réalisée par Netmédia le souligne. Selon cette étude, 58 % des organisations du secteur public vont réduire leurs dépenses informatiques, contre 39 % relevant du secteur privé. Pour autant, les DSI ont tendance à épargner les applications verticales et collaboratives des restrictions budgétaires. Autre enseignement : les structures de plus de 500 salariés qui prévoient d'augmenter leurs dépenses applicatives sont plus nombreuses que celles qui tablent pour une réduction. Dans les entreprises de 100 à 500 salariés, ces deux populations s'équilibrent, selon cette étude. Qu'en est-il des infrastructures et de l'innovation ? Les unes et surtout l'autre, enregistreront un solde très négatif entre les entreprises qui vont faire croître leurs dépenses et celles qui souhaitent au contraire les réduire. Plus en détail, cette enquête apporte un éclairage sur les moyens accordés à différents composants. Ainsi, le client léger, la téléphonie sur IP et les applications collaboratives font partie des outils qui ne subiront pas les restrictions budgétaires.

Malgré un contexte difficile, ces technologies bénéficieront d'investissements en forte croissance en 2013. Le collaboratif capitalisera sur le partage et la gestion de documents et représentera l'essentiel des projets. Les communications unifiées, fruit de la téléphonie IP tiendront également la corde. Ainsi, la vidéoconférence sur ordinateur, totalise 14 % d'intentions d'équipement dans les entreprises de plus de 500 salariés qui ne l'utilisent pas encore et 12 % dans les organisations de 100 à 500 salariés. Selon Jean-Denis Garo, directeur Communication et Marketing Support Aastra France, « c'est un résultat très encourageant

pour Aastra qui confirme la forte demande à laquelle nous répondons et nous conforte dans la pertinence de nos solutions unifiées et collaboratives, intégrant entre autres les communications vidéos. Les résultats de l'étude confirment ainsi d'autant plus nos choix stratégiques : évolution vers des applicatifs à valeur ajoutée, virtualisation des solutions, intégration des outils collaboratifs et valorisation des contenus multimédias ». Quant au client léger, il bénéficiera des dépenses consacrées aux postes de travail, en particulier dans les organisations du secteur public. Par ailleurs, le stockage, la sauvegarde et l'archivage constituent également les technologies parmi celles appelées à bénéficier des plus grosses dépenses informatiques dans les entreprises en 2013. Selon cette étude, ces dernières vont également beaucoup investir dans la sécurité de l'information et des réseaux (accès, antivirus, chiffrement...) et la continuité/reprise d'activité. L'une et l'autre se placent respectivement au deuxième et troisième rang des technologies les plus fréquemment citées comme principales sources de dépenses. Autre constat important : les différences significatives entre les plus grandes entreprises et celles de taille modeste. Ainsi, les solutions métiers / l'ERP, la virtualisation, le data center et surtout le Cloud computing ont été largement plus cités par les entreprises de plus de 500 salariés comme principaux postes de dépenses en 2013. Enfin, l'analyse des résultats de cette étude laissent entrevoir une baisse des dépenses technologiques en 2013. Les entreprises envisageant une chute de leurs dépenses sont nettement plus nombreuses que celles qui envisagent une hausse. Le secteur public enregistre la plus forte pression à la baisse sur les budgets.

Le Crédit Agricole migre son infrastructure réseau en synergie avec Colt

Le groupe bancaire a retenu la société Colt qui le conseille dans la migration de son infrastructure réseau nationale Multi-fournisseurs vers un maillage unique.

Dans un contexte de modernisation de son architecture réseau nationale reposant sur les services Ethernet de Colt, le groupe Crédit Agricole S.A. a retenu cette société pour l'accompagner dans cette mutation critique. L'intégrateur met à contribution son expertise dans les solutions réseau managées pour assister son client dans sa migration d'une architecture MAN (Metropolitan Area Network) multi-fournisseurs vers une infrastructure unique interconnectant aujourd'hui 80 sites qu'il va gérer. Cette opération de refonte et de services s'inscrit dans le cadre d'un nouvel accord, d'une durée de cinq ans. Et vient renforcer les liens de collaboration avec le Groupe. Colt devient, du même coup, un partenaire du Groupe Crédit Agricole S.A. et de l'ensemble de ses filiales pour le déploiement d'infrastructures sécurisées, fiables et évolutives à une échelle internationale. Dans le contexte actuel du Groupe Crédit Agricole S.A., les notions d'offre « communautaire », d'optimisation et de qualité de services sont essentielles. Colt a déployé une nouvelle infrastructure répondant parfaitement aux objectifs de cette refonte : simplifier et mutualiser l'architecture et mettre en place une gouvernance réseau qui permettra une rationalisation de ses coûts. Au-delà du nouveau projet de refonte du réseau national, Colt fournit au Groupe, depuis 2000, des liaisons haut-débit Ethernet pour interconnecter des sites critiques. Il gère, par ailleurs, depuis 2011 le réseau WAN (Wide Area Network) IP VPN

du Groupe à une échelle mondiale, reliant aujourd'hui 18 pays dont la France, l'Afrique du sud, la Russie, La Turquie et la Hongrie. Le projet conduit par Colt au terme d'une consultation publique lancée en 2011 revêt une dimension fortement critique car il porte sur d'importants volumes de données stratégiques issues des applications métiers du Groupe (Compensation, Trading,...), dont les transactions transitent chaque jour par l'infrastructure réseau nationale haut débit et ultra sécurisée nouvellement déployée. Cette dernière connecte, d'une part, 80 sites utilisateurs en province et Ile de France au data center du groupe situé à Chartres et inclut, d'autre part, des liaisons entre les data centers situés en région parisienne (Clichy et Marcoussis) pour le compte de la Banque de Financement et d'Investissement (Crédit Agricole CIB). Actuellement, le déploiement est en cours et une partie des services réseau est, d'ores et déjà, mise en œuvre. Du reste, le groupe Crédit Agricole S.A. et Colt ont convenu de travailler ensemble sur la mise en place de comités de réflexion transverses autour de projets à venir comme, par exemple, le déploiement de data center.

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

Observatoire Conso 2012 : La consommation des « précaires » en France

Point de Vue 2012 « Solvabilité 2 » : Solvabilité 2 : A quand l'entrée en vigueur ?

Point de Vue 2012 « Assurance auto » : La tarification à l'usage à l'épreuve du terrain

Panorama 2012 « Santé-Prévoyance » : L'actualité du marché des assurances santé et prévoyance au cours du 1^{er} semestre 2012

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

CAPA Conseil

33 avenue du Maine - 75015 Paris
Tél : 01 44.10.41.87 - Fax : 01.77.69.54.60

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

Président et Directeur de la publication :
Nacer MECHRI - n.mechri@capaweb.com

Rédacteur en chef:
Emmanuel MAYEGA - e.mayega@capaweb.com

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

Contact commercial :
Aurélia Deslandes
adeslance@capaweb.com - 01 44.10.41.87



S'abonner au CAPA S.I.

Un an (10 numéros) - 269,10 € TTC

Retourner ce document à CAPA Conseil :
33 avenue du Maine 75015 Paris ou le faxer au
01.77.69.54.60

- Règlement par chèque bancaire ci-joint à l'ordre de CAPA Conseil
- Virement bancaire : Société Générale Niort
30003 01520 00025713284 21
- A réception de facture

Nom :Prénom :

Fonction :

Société :

Secteur d'activité :

Email :

Tél :Fax :

Adresse :

.....

Code Postal Ville

Date..... Signature