



INTERNET - MULTIMEDIA

Téléassistance : Mondial Assistance franchit le cap des 100 000 abonnés ► **page 6**

INTERNET - MULTIMEDIA

Yuseo publie son benchmark concurrentiel ► **page 7**

INTERNET - MULTIMEDIA

MACSF propose un guide pour les réseaux sociaux ► **page 8**

ARCHITECTURE

Hiscox France opte pour la solution Prima Insure ► **page 11**

LOGICIELS & APPLICATIONS

Solvabilité 2 : Actuaris propose ACTU-Pillar3 ► **page 14**

LOGICIELS & APPLICATIONS

57% des entreprises ne contrôleraient pas leurs applications internes ► **page 16**

1

L'ESSENTIEL

Téléassistance : Mondial Assistance franchit le cap des 100 000 abonnés

Présent sur le terrain de la téléassistance depuis plusieurs décennies, Mondial Assistance poursuit son développement sur ce segment. Cette activité vient ainsi de dépasser le cap fatidique des 100 000 abonnés.

(Lire page 6)

Yuseo publie son benchmark concurrentiel

Le spécialiste de la connaissance digitale client vient d'adapter son benchmark concurrentiel au secteur de l'assurance en partenariat avec l'Argus. Résultat : six porteurs de risques « traditionnels » représentatifs dans ce secteur ont vu leurs sites internet respectifs évalués par plus de 800 internautes. Il s'agit d'AG2R La Mondiale, Allianz, Groupama, MMA, Mutuelle Générale et Swiss Life.

(Lire page 7)

MACSF propose un guide pour les réseaux sociaux

Ils s'appellent Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn, YouTube, entre autres. Et s'invitent au quotidien des consommateurs. Comment se comporter vis-à-vis de ces pieuvres qui changent l'interaction entre le client et ses interlocuteurs, le patient et soignant ? Macsf vient de lancer un guide de bonnes pratiques pour permettre au colloque médecin/patient de s'y retrouver.

(Lire page 8)

Hiscox France opte pour la solution Prima Insure

L'assureur, qui distribue ses produits à travers un réseau de courtiers sélectionnés et permet depuis 2008 aux professionnels du conseil et des services de souscrire directement en ligne leur assurance responsabilité civile professionnelle, vient de sélectionner la plateforme Prima Insure de l'éditeur Prima Solutions.

(Lire page 11)

Solvabilité 2 : Actuaris propose ACTU-Pillar3

Dans un contexte métier marqué par les atermoiements du législateur européen sur la finalisation des normes Solvency 2, Actuaris a dévoilé Pillar3, une nouvelle solution destinée à l'automatisation des futurs états réglementaires générés dans le cadre de ce programme réglementaire.

(Lire page 14)

57% des entreprises ne contrôleraient pas leurs applications internes

C'est, en tous cas, l'une des principales conclusions d'une enquête européenne réalisée par Kaspersky Lab en synergie avec B2B International. Selon cette étude plus de la moitié des entreprises n'utilisent aucun outil spécifique pour le contrôle de leurs applications internes.

(Lire page 16)

SOMMAIRE

DECRYPTAGE

| Systèmes d'information | page 4

**Cyber-attaques et entreprises françaises :
des menaces réellement dangereuses**



▶ 2. INTERNET - MULTIMEDIA

Téléassistance : Mondial Assistance franchit le cap des 100 000 abonnés	6
Yuseo publie son benchmark concurrentiel	7
MACSF propose un guide pour les réseaux sociaux	8
LesFurets.com : un service de rédaction de lettre de résiliation par courriel.....	9
Les réseaux sociaux deviennent des canaux marketing à part entière.....	10

▶ 3. ARCHITECTURE

Hiscox France opte pour la solution Prima Insure.....	11
Assurances de la Caisse d'Epargne : 10 000 contrats en un mois	12
Mondial Assistance expérimente la lutte contre les violences aux femmes dans l'Eure.....	13

▶ 3. LOGICIELS & APPLICATIONS

Solvabilité 2 : Actuaris propose ACTU-Pillar3	14
Teradata déploie sa technologie In-Memory	15
57% des entreprises ne contrôlèrent pas leurs applications internes	16
Solvabilité 2 : La Matmut retient la suite logicielle d'Effisoft.....	17

▶ 5. INGENIERIE - PRESTATIONS INTELLECTUELLES - FORMATIONS

FATCA : Informatica propose ses prestations et solutions.....	18
Sepa : branle-bas d'entrée en vigueur	19

DECRYPTAGE

Une exclusivité CAPA Hebdo

Cyber-attaques et entreprises françaises : des menaces réellement dangereuses



Internet s'est généralisé. Dans le sillage de la banalisation de cette technologie, les cyber-attaques se sont multipliées. Le Responsable de la sécurité des systèmes d'information (RSSI) est en première ligne pour promouvoir la sécurité au sein de l'entreprise. Ce mal, qui attaque désormais tous les secteurs y compris la banque et l'assurance pour lesquels l'information est la matière première fondamentale, semble encore pris à la légère. Té-

moins les enquêtes qui se succèdent mettent à nu une majorité d'entreprises encore dans le questionnement pour ne pas dire l'expectative, quand il est plus que jamais temps d'agir et de prévenir. Car les conséquences économiques d'une cyber-attaque sont de plus en plus colossales, sans oublier celles relevant de l'e-réputation. L'enquête conduite par Venafi, un des acteurs du marché EKCM (gestion de clés et certificats pour entreprises) et l'Institut Ponemon abonde dans ce sens. Selon cette étude, « les grandes entreprises s'exposent à des pertes de l'ordre de 263 millions d'euros », du fait d'une mauvaise gestion de clés cryptographiques et de certificats numériques. Centrée sur les grands comptes, ce travail doit également alerter les PME/PMI sachant que la cybercriminalité vise désormais tous les acteurs économiques. S'inscrivant dans la même logique, le rapport annuel sur la sécurité de Cisco met en avant les tendances en termes de risques induits par la digitalisation de l'information. Enseignements.

PAR EMMANUEL MAYEGA

Un mal international. Un risque auquel sont exposés tous les acteurs économiques sans distinction de taille et/ou de nature. Les cyber-attaques se généralisent. Les enquêtes conduites au fil des mois brossent un paysage pour le moins alarmants. La protection avance également. Tout comme la couverture de ce risque, terrain où interviennent progressivement certains assureurs plutôt d'origine américaine. Car les pertes occasionnées par ce fléau insidieux se chiffrent de plus en plus à des montants très élevés. Pour en savoir davantage et alerter les entreprises, Venafi et l'Institut Ponemon ont mené l'enquête. Les résultats sont, pour le moins, parlants.

Ainsi, l'étude de ces deux acteurs vient souligner une triste réalité rétive : « chaque grande entreprise française s'expose à des menaces pouvant lui coûter jusqu'à 263 millions d'euros. Or, ceci est simplement dû à un manque de maîtrise, de la part des entreprises, des clés et certificats cryptographiques sécurisant les échanges d'aujourd'hui - sécurité des communications, des paiements par carte bancaire, des

achats en ligne, des Smartphones et du Cloud Computing ». Clairement, les nouveaux modèles d'exploitation de la donnée digitale exacerbent les risques d'attaques. Ces dernières sont généralement perpétrées contre les infrastructures de confiance au sein des entreprises. Du fait des Advanced Persistent Threats (APT), les cybercriminels profitent de chaque faiblesse et scrutent scrupuleusement les failles des systèmes de sécurité. Résultats : ils identifient les vulnérabilités les plus courantes et les plus connues, en l'occurrence les malware signés en mode digital, les clés et certificats mal gérés ainsi que les méthodes cryptographiques faibles encore en vigueur dans les structures. Et en profitent pour sévir. Pourtant, 51 % des entreprises françaises interrogées sont au courant de ces modes opératoires. Curieusement, peu d'entre elles auraient pris des mesures nécessaires pour faire face à ce risque. Du coup, les cybercriminels exploitent ces vulnérabilités qui résultent très souvent d'un manque de gestion des certificats et clés pour pénétrer les réseaux d'entreprises, soutirer des données et des propriétés intellectuelles, pire, interrompre les

opérations critiques de l'entreprise (chaines de production, etc.). Dans le secteur financier, la réglementation en vigueur prévoit des normes à respecter afin d'éviter ce genre de dysfonctionnement. Bâle II et III pour la banque, tout comme Solvabilité 2 pour l'assurance, réglementent dans leur pilier 3 des exigences liées aux risques opérationnels. Les mesures prises en compte par les acteurs de ces deux branches doivent être conformes aux attentes du régulateur, en l'occurrence l'ACP.

Selon les conclusions de cette étude de Venafi et l'Institut Ponemon, toutes les entreprises y ayant participé auraient admis avoir subi « au moins une cyber-attaque d'un nouveau type au cours des 2 dernières années ». *« Chaque entreprise et chaque administration en France s'appuie sur les clés et certificats cryptographiques pour pouvoir fonctionner. Ainsi, le défaut de gestion d'un seul certificat ou d'une seule clé pourrait occasionner des attaques graves ou des pannes inopinées de système. Les criminels comprennent à quel point il est difficile de maîtriser les infrastructures de confiance, et en s'abstenant de mettre en place les bons contrôles pour gérer ou sécuriser les certificats et clés, les entreprises se retrouvent exposées au risque de manière quotidienne »*, déclare Calum Macleod, Evangéliste chez Venafi, région EMEA.

Cette enquête nous apprend que l'entreprise type du Global 2000 (classement annuel des 2000 plus grandes entreprises mondiales publié par le magazine américain Forbes) déploie en moyenne 17 807 certificats à travers son infrastructure. Quid de cette analyse appliquée aux structures du Fortune 500 en France ? Un calcul rapide permet de constater que cela représente entre cinq et six millions de clés et certificats en cours d'utilisation. En clair une véritable cible intéressante pour les cybercriminels. Au-delà de ce constat, le rapport de Venafi apporte d'autres enseignements. Par exemple, 59 % des structures interrogées en France ignorent le nombre de clés ou de certificats de sécurité en cours d'utilisation à travers leurs infrastructures. Pour le moins inquiétant. « Il est extrêmement préoccupant de savoir que tant d'entreprises sont conscientes des impacts qu'un défaut de gestion des clés et certificats peut avoir sur une entreprise, et qu'elles ne font pourtant rien pour combattre ce pro-

blème. Tant que les entreprises n'agissent pas sur ce fléau croissant, la menace et le coût des dégâts subis par les entreprises chaque année ne feront qu'augmenter », indique Calum Macleod.

De son côté, le rapport annuel de Cisco montre comment la cybercriminalité met à mal les dispositifs de sécurité traditionnelle (juxtaposition de composants et exploitation de multiples filtres) qui deviennent inopérants face à la nouvelle génération de programmes malveillants. Car ces derniers se répandent rapidement, partent à l'assaut de cibles globales en utilisant différents vecteurs pour se propager telle une traînée de poudre. Ce rapport rappelle comment [...] la multiplication d'appareils (Smartphones, tablettes etc.) entraîne l'ouverture des systèmes d'information et leur accès de n'importe quel coin du globe. Dès lors, c'est la porte ouverte à toutes les vulnérabilités. Dans ce modèle, le Cloud Computing complique le verrouillage des systèmes d'information. A l'heure où cette démarche brassera à elle seule les 2/3 des données mondiales en circulation permanente, autant dire que le danger est récurrent. Les approches de verrouillage traditionnel des infrastructures trouvent leur limite. Il faut de nouvelles formules de protection de données.

Les différentes études viennent confirmer le discours ambiant sur la montée en puissance de la cybercriminalité. Pour autant, les entreprises sont-elles sensibilisées sur le terrain ? Clairement, les grandes structures ont en général pris la mesure du risque et tout particulièrement dans le secteur financier où Solvabilité 2 et Bâle III préconisent des mesures intangibles dans le cadre de la maîtrise des risques opérationnels. Si les banques ont avancé dans leur réglementation, les assureurs en sont encore à un stade de réalisation parfois initiale de différents piliers, le troisième n'étant pas forcément le plus avancé. Ce qui ne signifie pas qu'ils ont pour autant fait une impasse sur la sécurisation de leurs moyens. Quoi qu'il en soit, il existe désormais des offres globales sur le marché. Celles-ci allient solution assurantielle et verrouillage technologique. Efficace quand le risque est identifié. Car faut-il le rappeler, certaines entreprises peuvent être l'objet d'attaques multiples sans s'en rendre compte.

Téléassistance : Mondial Assistance franchit le cap des 100 000 abonnés

Présent sur le terrain de la téléassistance depuis plusieurs décennies, Mondial Assistance poursuit son développement sur ce segment. Cette activité vient ainsi de dépasser le cap fatidique des 100 000 abonnés.

Si la télémédecine peine à séduire massivement en France, différentes approches de prise en charge de personnes souffrantes qui empruntent son mode opératoire semblent avoir de beaux jours devant elles. Il en va ainsi de la téléassistance, terrain sur lequel Mondial Assistance marque des points significatifs en dévoilant un portefeuille de plus de 100 000 clients désormais. Comment expliquer un tel succès ? Selon Michel Camescasse, directeur général du pôle téléassistance chez Mondial Assistance, « 9 Français sur 10 préfèrent vieillir à domicile plutôt qu'en maison de retraite. Les nouvelles technologies et la téléassistance en particulier contribuent au maintien des personnes dépendantes sur leur lieu de vie. De plus en plus de collectivités, d'entreprises et d'individus font appel à nos services pour préserver l'autonomie des seniors et aider leurs proches à veiller sur eux à distance. La téléassistance peut également jouer un rôle dans le désengorgement des hôpitaux en limitant le nombre d'hospitalisation ». Différents phénomènes poussent au recours à la téléassistance. Ainsi, la venue de l'été s'apparente à une période particulièrement critique sachant que très souvent, elle est synonyme de solitude et par là même, source d'angoisse chez nombre de personnes âgées qui craignent pour leur santé, car seules et isolées. Pour autant, la chute reste le risque le plus fréquent. 80 % des accidents de la vie courante chez les plus de 65 ans en proviennent à domicile, ce qui représente près de 500 000 recours par an aux services d'urgences hospitalières. Une chute peut être généralement le début de la perte d'autonomie et d'indépendance liée à l'anxiété et les séquelles causées par l'accident. Face à ces situations, la téléassis-

tance sonne comme une aide précieuse. Grâce aux technologies qu'elle met en œuvre, cette approche de l'assistance permet au patient de bénéficier d'une intervention rapide en cas de chute, pour limiter les séquelles physiques. Car on le sait, une immobilisation prolongée au sol peut rapidement générer des conséquences physiques graves : déshydratation, dénutrition, hypothermie, complications médicales dues à l'impossibilité de prendre un traitement. Sans oublier des effets psychologiques parmi lesquels la perte de confiance en soi, la peur de retomber donc de se déplacer, tout cela pouvant accélérer la perte d'autonomie et déclencher souvent le placement en maison de retraite. La solution proposée par Mondial Assistance se veut pratique pour ses utilisateurs. Un clic sur le médaillon de téléassistance mis à la disposition des personnes âgées abonnées leur permet de contacter un opérateur, quel que soit le problème rencontré. Il s'agit tout particulièrement d'une solution au service de personnes âgées et aux aidants. La prestation de Mondial Assistance est disponible à partir de 19 euros par mois, soit 9.50 € après réduction d'impôts éventuelle ; quant au service d'écoute et d'assistance, il est opérationnel 24h / 24 et 7 jours sur 7 et contribue au maintien sécurisé à domicile des personnes âgées. Il peut désormais être directement souscrit sur Internet.

Yuseo publie son benchmark concurrentiel

Le spécialiste de la connaissance digitale client vient d'adapter son benchmark concurrentiel au secteur de l'assurance en partenariat avec l'Argus. Résultat : six porteurs de risques « traditionnels » représentatifs dans ce secteur ont vu leurs sites internet respectifs évalués par plus de 800 internautes. Il s'agit d'AG2R La Mondiale, Allianz, Groupama, MMA, Mutuelle Générale et Swiss Life.

Pour mener son enquête, Yuseo a mis à contribution 800 internautes interrogés sur leur complémentaire santé et les modes de transactions privilégiés avec leur assureur. En fait, le benchmark voulait identifier les forces et faiblesses des différents acteurs évalués dans leur capacité à accompagner l'internaute dans de bonnes conditions lors de ses démarches en ligne.

Premier enseignement, la vision cross-canal n'est pas encore entrée dans les mœurs ; on enregistre toutefois une progression vers cet objectif. Pour leurs opérations courantes de gestion que sont le changement d'adresse, de RIB, et l'utilisation de nouveaux services 33 % privilégient le « tout Internet » via leur espace client. S'agissant de fonctions plus métiers, (changement de franchises, déclaration d'un sinistre) la démarche 100 % web n'est privilégiée que par 22 % des répondants. En fait, le contact avec un conseiller reste dans ce cas largement favorisé (71 %). Ces chiffres viennent corroborer ceux de l'utilisation des vecteurs mobiles pour la réalisation de ces actes. Les assureurs le reconnaissent volontiers, quand il s'agit de déclarer un dommage, très peu d'assurés acceptent d'utiliser le web, a fortiori mobile. A propos de la complémentaire santé, parmi les personnes interrogées détentrices d'une couverture en la matière, « seules 24 % considèrent que les garanties en place sont adaptées à leurs besoins et dans la même logique 22 % estiment les niveaux de couverture insuffisants par rapport à leurs dépenses. Ce qui laisse de la place pour tous les acteurs aussi bien sur le registre de la fidélisation que de la conquête de nouveaux clients », analyse Yuseo. Quel parcours client sur les sites Web des assureurs considérés ? La note moyenne après navigation s'avère catastrophique : 4,4 /10 avec un meilleur, AG2R La Mondiale, qui

affiche un timide 5,2 /10. Les thématiques de la « page d'accueil » recueillent davantage de suffrages : (5,6/10) tout comme le « process de souscription » (5,4/10), ce qui reste toutefois insuffisant. Dans ce contexte, la navigation est mal vécue (4,2/10). Ce qui porte forcément atteinte à la « mise en valeur de l'offre ». Selon le benchmark de Yuseo, AG2R La Mondiale et la Mutuelle Générale sauvent la mise avec des chiffres péniblement au dessus de la moyenne, la dimension « attractivité » induite par le site internet n'a pas vraiment été au rendez-vous avec certains acteurs, comme Groupama et Swiss Life, particulièrement pénalisés.

Méthodologie

« Mesurer des choses comparables » Elaborée par Yuseo, la méthodologie de l'Observatoire de l'expérience client en ligne permet d'évaluer les sites Internet de 6 acteurs majeurs dans le secteur de l'Assurance Santé. L'enquête s'est déroulée du 11 au 18 mars 2013. Au total, plus de 800 internautes ont navigué pour évaluer en détail l'expérience client sur les 6 sites sur la base d'un ensemble de tâches (4 au total) et de questions (jusqu'à 70) contextuelles posées au fil puis au terme de leur navigation. Chaque situation a été scénarisée de la même façon pour tous les sites afin qu'au final les expériences collectées soient comparables.

MACSF propose un guide pour les réseaux sociaux

Ils s'appellent Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn, You Tube, entre autres. Et s'invitent au quotidien des consommateurs. Comment se comporter vis-à-vis de ces pieuvres qui changent l'interaction entre le client et ses interlocuteurs, le patient et soignant ? Macsf vient de lancer un guide de bonnes pratiques pour permettre au colloque médecin/patient de s'y retrouver.

Partant du constat selon lequel, l'évolution des nouvelles technologies et le développement de leur utilisation ont un impact sur notre univers personnel comme professionnel dans tous les domaines, y compris celui du milieu médical, Macsf à travers sa fondation vient de lancer un guide pratique pour que les professionnels de santé puissent gérer au mieux la relation avec leurs patients à travers ce support Web 2.0. En fait, cette structure de l'assureur a soutenu les CHU de Bordeaux et Pontoise dans la réalisation d'un guide de bonnes pratiques des réseaux sociaux. Ce précis en rappelle le potentiel et met également en avant les limites à ne pas franchir. Selon cette société d'assurance mutualiste, « Facebook, Twiter et autre You Tube, font désormais partie intégrante des modes de communication et le milieu médical ne déroge pas à cette évolution. Pour exemple, plus de 70 % des CHU et CHR sont aujourd'hui présents sur les réseaux sociaux. Si ces nouveaux outils de communication s'avèrent principalement bénéfiques, notamment dans l'amélioration de la relation patient/soignant, ils peuvent se révéler contre-productifs en cas de mauvaise utilisation ». Le guide mis au point aborde la problématique sous-jacente aux réseaux sociaux à travers différents thèmes : bou-



versements des relations, idées reçues, code de bonne conduite, respect du secret médical et professionnel, notion de viralité du web, etc. Tous ces aspects de ces nouveaux espaces d'échanges y sont abordés. En prime, le guide mis au point propose des exemples concrets à l'appui afin d'illustrer les points faibles et forts

de ces maillages technologiques d'un genre nouveau. Cet outil a été réalisé conjointement par les directions de la communication des CHU de Bordeaux et Pontoise et de la MACSF, avec le soutien d'un professionnel du web. Il est diffusé à l'ensemble des structures hospitalières de France. Si le guide des bonnes pratiques de la Macsf est centré

sur un périmètre limité, celui de la relation patient/professionnel de santé, il rejoint quelque part l'œuvre d'AXA France sur le bon sens numérique. Dans ce guide, l'assureur donne à l'internaute les clés d'un comportement sans risque sur la Toile où il se retrouve sur une véritable terra incognita avec ses embûches et ses risques, notamment ceux relatifs à l'usage de données à caractère personnel.

LesFurets.com : un service de rédaction de lettre de résiliation par courriel

Surfant sur la vague de la future loi sur la consommation qui prévoit de permettre aux assurés de mettre plus facilement un terme à leur contrat d'assurance auto, le comparateur vient de lancer un service gratuit et personnalisé de rédaction de lettres de résiliation par courrier électronique d'un contrat d'assurance.

Le site de comparaison et d'achat d'assurance en ligne vient d'innover en lançant sur son site un outil de rédaction de lettres de résiliation de contrats d'assurance. Il s'agit d'une solution simple et gratuite. Sa vocation première est de faciliter la vie aux consommateurs qui désirent changer de contrat d'assurance. Selon Hamid Benamara, nouveau directeur général de LesFurets.com, « *le processus de résiliation d'un contrat d'assurance, bien que défini par la loi, est contraignant en France. Ces contraintes peuvent freiner les personnes qui souhaitent changer d'assurance pour faire des économies ou avoir des contrats plus adaptés à leurs besoins. En lançant un service de rédaction de lettre de résiliation personnalisée, nous voulons avant tout aider les consommateurs dans leur démarche administrative afin qu'ils puissent changer de contrat d'assurance plus librement s'ils le désirent* ». En attendant le changement de réglementation en matière de résiliation de contrats d'assurance autos, la loi en vigueur stipule qu'un consommateur peut résilier son contrat d'assurance jusqu'à deux mois avant sa date anniversaire ce, en dehors de cas particuliers (vente, cession, etc.). A cette fin, il doit envoyer, un courrier de résiliation à son assureur. Un envoi effectué par lettre recommandée, avec accusé de réception. « *Par ces temps de crise, la dépense assurance est lourde sur les charges d'un foyer. En facilitant la résiliation, LesFurets.com veut aider les consommateurs à se sentir plus libres de comparer les prix, les garanties et les services et faire marcher plus facilement la concurrence pour trouver des offres moins chères et mieux adaptées à leur*



Image : LesFurets.com

besoins », commente Hamid Benamara. La solution proposée par le site de comparaison se présente sous la forme d'une lettre de résiliation pré-remplie. Chaque assuré désireux de résilier son contrat d'assurance a la possibilité d'instruire simplement ses coordonnées et celles de son assureur, les références du contrat d'assurance concerné et son adresse email. Ces informations glanées permettent au site LesFurets.com de générer automatiquement une lettre de résiliation personnalisée que le consommateur peut imprimer et envoyer à son assureur, par lettre recommandée. Ce dispositif, qui devrait constituer une prestation fort appréciable pour bon nombre d'assurés confrontés à des difficultés rédactionnelles et/ou à un manque de temps, constitue un outil marketing pour Les furets.com. En faisant venir des assurés sur son espace de comparaison à un moment fort précieux, à savoir celui de la résiliation, il caresse certainement le riche espoir de les inciter à comparer les offres de ses partenaires. Par ailleurs, à travers cette prestation, l'opérateur anticipe l'arrivée de la nouvelle loi qui pourrait se traduire par un taux d'attrition fort élevé sur l'ensemble de la branche auto. Enfin, cette solution le présente comme un acteur proactif sur un marché de la comparaison qui cherche encore sa voix.

Les réseaux sociaux deviennent des canaux marketing à part entière



Selon une enquête d'ExactTarget les réseaux sociaux sont en passe de gagner leurs lettres de noblesse en Europe où la diversité des usages en la matière est fort marquée selon les pays.

Les résultats de cette enquête tendent à démontrer que Facebook et autre Twitter font progressivement leur irruption sur le bureau virtuel des responsables marketing des entreprises qui les utilisent pour animer leur interaction client, si l'on en croit les enseignements de l'enquête publiée par ExactTarget dans le cadre de la série d'études « Abonnés, Fans & Suiveurs » (SFF, Subscribers, Fans & Followers). Cette enquête souligne également les différences comportementales entre les consommateurs français et leurs homologues anglais, allemands, brésiliens et australiens. Résultats, si les réseaux sociaux ne sont pas encore aussi banalisés que le courrier électronique, ils émergent comme canal de communication. Pour cela, il faut qu'ils soient utilisés dans les meilleures conditions par les marques et répondent aux attentes que les consommateurs ont vis-à-vis de chacun d'eux. Les conclusions du travail d'ExactTarget mettent en avant d'autres réalités. Ainsi, les marques sont encore relativement peu suivies sur Twitter, même si certains pays font mieux que d'autres. Un exemple : 4 % des Français suivent le compte Twitter d'au moins une marque, ce qui place la France au rang de lanterne rouge, derrière les Australiens (6 %), les Allemands et les Britanniques (7 % chacun). Les Brésiliens sont les seuls à s'impliquer très fortement sur ce réseau puisque plus d'un consommateur sur quatre (26 %) déclare suivre le compte d'une marque. D'autre part, dans la majorité des pays observés, les consommateurs suivent une marque sur Twitter pour se tenir informés des nouveautés et mieux connaître la ou les marques en question. Dans cette logique, les Français privilégient l'information sur de nouveaux produits et de nouvelles offres proposés par l'entreprise (47 %) ainsi que les tendances véhiculées par la marque (32 %) ; outre-Rhin, les consommateurs se veulent plus Corporate en suivant une

marque principalement pour se tenir informés des changements dans l'entreprise (27 %) ou pour recevoir plus d'informations liées à leurs intérêts personnels (26%). Quid outre-Manche ? Les Anglais souhaitent recevoir plus d'informations liées à leurs intérêts personnels et leurs hobbies (42 %). Et veulent se tenir au courant de la vie de l'entreprise et de la marque (42 %). De leur côté, les Australiens recherchent de l'information, sur les produits existants comme sur ceux à venir (45 %) ainsi que sur l'évolution de la marque et de son organisation (36 %). Une fois de plus, les Brésiliens se singularisent quand ils déclarent attendre des promotions (49 %) ou la possibilité de recevoir des produits gratuitement (43 %). Autrement plus répandu que Twitter, Facebook est largement utilisé en France. En général, il offre ainsi de nouvelles opportunités d'interagir avec les consommateurs, quel que soit le pays concerné. A une condition : mettre au point une stratégie en la matière. Selon ExactTarget, ce réseau social « *s'apparente en effet à la sphère privée dans laquelle les marques sont acceptées, à condition d'apporter une réelle valeur ajoutée, sans comportement commercial agressif* ». Et de conclure : « *Sur Facebook, les marques doivent donc faire preuve de créativité et d'innovation pour entrer en relation avec des internautes qui sont plus ou moins enclins, selon le pays concerné, à rechercher aujourd'hui ce type de contact. Les Français, comme les Britanniques, sont ainsi plus impliqués sur Facebook que les Allemands (43 % et 45 % vs 39 %) mais demeurent derrière les Australiens (55 %) et surtout les champions brésiliens (77 %) qui ont adopté [ce réseau social] comme lieu d'échange avec leurs marques préférées !* »

Hiscox France opte pour la solution Prima Insure

L'assureur, qui distribue ses produits à travers un réseau de courtiers sélectionnés et permet depuis 2008 aux professionnels du conseil et des services de souscrire directement en ligne leur assurance responsabilité civile professionnelle, vient de sélectionner la plate-forme Prima Insure de l'éditeur Prima Solutions.

Confronté à des besoins de flexibilité et de time-to-market en front-office, la filiale française de l'assureur Hiscox a opté pour la solution Prima Insure. Il s'agit de la plateforme de distribution Internet en mode SaaS dédiée à l'industrie de l'assurance proposée par Prima Solutions. Cette solution lui a permis de lancer son premier contrat en l'espace de trois mois. Selon Stéphane Flaquet, directeur IT Groupe chez Hiscox, l'assureur « [...] avait besoin d'une plateforme de distribution et de gestion Internet flexible pour ses produits RC Pro, RC Dirigeants et Assurance Multi-bureaux. Après une revue du marché, nous avons retenu l'offre de Prima Solutions. La plateforme Prima Insure, accessible en mode SaaS, nous permet de mettre nos produits en ligne très rapidement, d'offrir à nos clients une souscription et une gestion de leur contrat sur Internet à partir de leur espace personnalisé et offre à nos utilisateurs les fonctionnalités de gestion dont ils ont besoin, et ce à partir de la même et unique plateforme logicielle ». Cette solution est entièrement paramétrable et s'adapte aux différents utilisateurs, qu'ils soient clients, distributeurs ou gestionnaires. Il s'agit d'une offre modulaire bénéficiant en natif de technologies totalement Web et disponible en mode SaaS. Elle gère la totalité des actes métiers d'un produit, du devis à l'encaissement, que ce soit pour des produits d'assurance dommage, vie ou épargne. Illustration de sa flexibilité, Prima Insure est utilisé soit comme système

complet de distribution et de gestion de contrats en remplacement de systèmes existants, voire comme un ensemble de modules en complément de solutions logicielles déjà intégrées au sein d'une compagnie. Outre la particularité d'être exploitable en mode SaaS, cette solution de l'éditeur français permet à Hiscox d'être fortement réactif sur les marchés où il intervient. La collaboration avec les équipes de l'éditeur ont permis de proposer très rapidement un nouvel outil aux utilisateurs, conformément au budget préétabli. Dans un délai court, « les équipes ont paramétré les produits, formules et tarif, adapté les processus de souscription, gestion contractuelle et financière, réalisé le tunnel de souscription web, migré l'ensemble des portefeuilles dont nous disposons, testé et mis en production la plateforme », précise Nicolas Moroz, Directeur de la distribution directe, Hiscox France.



Assurances de la Caisse d'Épargne : 10 000 contrats en un mois

Les assurances de la Caisse d'Épargne revendiquent 10 000 contrats engrangés pour la nouvelle complémentaire santé Garanties santé, un mois seulement après son lancement.

Lancée le 18 mars dernier par les assurances de la Caisse d'Épargne, la nouvelle complémentaire santé « Garanties Santé » affiche des chiffres encourageants avec plus de 10 000 contrats signés. Cette offre propose aux clients des garanties supplémentaires, des remboursements optimisés et des tarifs compétitifs. Vendue par le réseau des Caisses d'Épargne, elle a été conçue pour répondre aux attentes du plus grand nombre. Le groupe se félicite de cette performance dans un contexte de crise marqué également par le vote de la loi sur la généralisation

de la complémentaire santé à tous les salariés. Selon Michel Cabirol, directeur du développement de BPCE Assurances, « les ventes de Garanties Santé illustrent parfaitement la capacité de mobilisation des commerciaux et la force conjuguée du réseau des Caisses d'Épargne et de l'expertise des équipes de BPCE Assurances ».



Mondial Assistance expérimente la lutte contre les violences aux femmes dans l'Eure

La filiale de l'assureur Allianz intervient dans l'expérimentation du dispositif de téléphone portable d'alerte pour les femmes en très grand danger. Cette opération conduite dans le département de l'Eure s'inscrit dans une nouvelle convention de partenariat signée jeudi 23 mai, en présence du Premier ministre, Jean-Marc Ayrault et de Najat Vallaud-Belkacem, Ministre des droits des femmes.

A partir du 1er septembre 2013, le département de l'Eure expérimentera le dispositif de lutte contre les violences faites aux femmes. Ce dernier s'articule autour de 5 téléphones portables d'alerte pour les personnes de sexe féminin en très grand danger. La convention qui instaure ce programme a été signée par Jean-Marc Ayrault, Premier ministre ; Najat Vallaud-Belkacem, ministre des droits des femmes ; Dominique Sorain, Préfet de l'Eure ; Jean-Louis Destans, Président du Conseil général de l'Eure ; Sylvie Rebboh, Présidente du Tribunal de Grande Instance d'Evreux ; Dominique Laurens, Procureure de la République TGI d'Evreux ; Vivek Badrinath, DGA Orange France et Michel Camescasse, directeur général du pôle téléassistance de Mondial Assistance. Lancé dans le cadre d'opérations tests, ce dispositif a déjà prouvé son efficacité dans quatre départements-pilotes depuis 2009 et tout particulièrement en Seine Saint-Denis depuis 3 ans. Il a permis de sauver la vie à plusieurs femmes agressées par leur conjoint ou ex-conjoint. Sa généralisation à

l'ensemble du territoire au 1er janvier 2014 a été annoncée par le Premier ministre. Pilier de ce dispositif, le téléphone portable spécial proposé par Orange est délivrée aux victimes potentielles par le Procureur de la République pour une durée de 6 mois. Il leur permet, en cas de danger, d'avertir à tout moment les services de Mondial Assistance qui traitent alors dans l'immédiat leur situation, alertent les services de police ou de gendarmerie en vue d'une intervention.

Cette solution s'inscrit dans l'offre de télé-assistance de la filiale d'Allianz qui a déjà engrangé un portefeuille de plus de 100.000 bénéficiaires de ses services à travers toute la France. Cette activité bénéficie de trente années d'expérience.

Solvabilité 2 : Actuaris propose ACTU-Pillar3

Dans un contexte métier marqué par les atermoiements du législateur européen sur la finalisation des normes Solvency 2, Actuaris a dévoilé Pillar3, une nouvelle solution destinée à l'automatisation des futurs états réglementaires générés dans le cadre de ce programme réglementaire.

Le cabinet international d'actuariat-conseil pour le secteur de l'assurance vient de déployer Pillar3, une solution logicielle dont la vocation est de permettre aux organismes assureurs de se mettre en conformité avec les nouvelles exigences liées au pilier 3 de Solvabilité 2. Ce lancement intervient après le déploiement d'un outil de provisionnement IARD IBNRS et le lancement de sa plateforme de modélisation ERM System du groupe. Il illustre, si besoin était, le niveau d'investissements en recherche et développement consenti par Actuaris pour permettre aux organismes assureurs de se garantir une nette conformité avec les nouvelles exigences imposées par la future norme. Sous l'angle fonctionnel, ACTU-Pillar3 offre la possibilité aux assureurs de produire automatiquement l'ensemble des futurs QRT solo et groupe, annuels et trimestriels, de manière auditable et sécurisée. Elle est conçue pour toutes les branches d'activité : prévoyance et santé, IARD, et vie-épargne-retraite. Pour prendre en compte les besoins des acteurs du secteur, Actuaris a réalisé cette solution en synergie avec des acteurs du marché de l'assurance. Le résultat intervient sous la forme d'une solution cou-

vrant l'intégralité de la chaîne de production du reporting Solvabilité 2, des indicateurs du Pilier 1 (SCR, MCR, BE...etc.) jusqu'à la signature électronique, la génération et l'envoi des flux XBRL au superviseur. ACTU-Pillar3 est adossé à un entrepôt de données spécialisé. Ce qui lui permet de centraliser toutes des données du reporting réglementaire et de fournir une piste d'audit complète à l'utilisateur. Cette solution réalise des tests de cohérence intra/inter-états et archive les flux XBRL adressés au superviseur ainsi que l'ensemble des process d'élaboration grâce à ses fonctionnalités de gestion documentaire. Enfin, propose également des fonctions couvrant les besoins futurs des organismes assureurs en termes de reporting Solvabilité 2. Il s'agit notamment de la facilité d'import des données à travers une connexion directe avec la plateforme ERM System. Du reste, ACTU-Pillar3TM historise les états et les spécifications de l'EIOPA, ce qui permet de les rejouer.

Teradata déploie sa technologie In-Memory

Dans un contexte de montée en charge en charge des Big data dans les entreprises, y compris celles relevant de la banque et de l'assurance, l'éditeur dévoile la plate-forme Teradata Intelligent Memory. Elle offre des capacités de traitement hautes performances. Et se positionne comme concurrente d'autres plates-formes du marché comme SAP Hana.

Spécialiste de solutions analytiques, Teradata vient de lancer la plate-forme Intelligent Memory, technologie de base de données appelée à décupler les performances des utilisateurs dans un environnement marqué par la production de masses de données de plus en plus volumineuses. Il s'agit d'un espace mémoire étendu, au-delà du cache, qui développe les performances de traitement des requêtes, permettant ainsi aux entreprises de profiter des technologies in-memory (traitement en mémoire) avec de gros volumes de données variées. Les capacités de traitement hautes performances qu'elle introduit lui permet d'augmenter la valeur des données au sein de Teradata Unified Data Architecture. Selon Scott Gnau, président de Teradata Labs, « l'introduction de Teradata Intelligent Memory permet à nos clients d'exploiter les performances mémoire de leurs plates-formes Teradata existantes, ce qui consolide notre position de leader offrant la meilleure technologie d'entrepôt de données au meilleur prix ». Intégrée à l'entrepôt de données, cette nouvelle technologie permet d'éviter à ses utilisateurs d'acquérir un équipement distinct. D'autre part, ces derniers peuvent acheter et configurer la quantité exacte de capacités in-memory requises pour leurs pics d'activité critiques. « A l'heure de la rationalisation budgétaire, il est inutile de garder toutes les données en mémoire, car elles n'ont pas toutes la même valeur, justifiant leur stockage dans une mémoire coûteuse », ajoute Scott Gnau. Teradata Intelligent Memory s'inscrit dans la stratégie globale Unified Data Architecture, qui tire profit de Teradata Aster et l'open source Apache™ Hadoop. Dans cette logique, les données régulièrement exploitées au sein d'Apache Hadoop peuvent être consultées via Teradata SQL-H, et transférées vers Intelligent Memory pour analyse en fonction de leur fréquence d'utilisation. Sur le terrain, certaines structures décident parfois de

stocker l'ensemble des données dans la mémoire pour accélérer la réponse aux requêtes. Une stratégie fort coûteuse face aux capacités mémoire limitées. La nouvelle solution de l'éditeur se positionne en alternative à cette approche. En fait, Teradata Intelligent Memory gère les données au sein de ce nouvel espace en plaçant en mémoire de manière prédictive les données les plus fréquemment utilisées, puis assure automatiquement leur mise à jour et leur synchronisation. Sans intervention humaine. Corollaire, Teradata Intelligent Memory n'impose aucun changement du côté des applications, des requêtes SQL ou de la façon de stocker les données. L'accès aux données in-memory profite aux entreprises en éliminant les goulets d'étranglement d'entrée/sortie de disque et les délais de requête, tout en augmentant le débit système. En somme Teradata Intelligent Memory permet aux entreprises de tirer profit de l'accès à l'approche in-memory, celle-ci étant trois fois plus rapide que l'accès à un disque dur.

Du reste, « cette nouvelle solution est disponible pour toutes les plates-formes Teradata à charge dédiée actuelles exploitant une base de données Teradata. Pour les entreprises en quête de solutions à l'échelle d'un service, Integrated Data Warehouse ou Active Data Warehouse, Teradata Intelligent Memory offre les performances requises pour fournir les fonctionnalités analytiques nécessaires pour dégager des avantages concurrentiels », indique-t-on chez l'éditeur. Elle sera disponible en tant que composant de Teradata Database 14.10 au cours du second trimestre 2013.



57% des entreprises ne contrôleraient pas leurs applications internes

C'est, en tous cas, l'une des principales conclusions d'une enquête européenne réalisée par Kaspersky Lab en synergie avec B2B International. Selon cette étude plus de la moitié des entreprises n'utilisent aucun outil spécifique pour le contrôle de leurs applications internes.

A l'heure de la cybercriminalité galopante, les résultats de l'enquête de Kaspersky Lab tendent à démontrer à quel point les entreprises restent encore assez dilettantes face à la protection de leurs infrastructures. Pourtant, les cybercriminels ne dorment pas. Et rivalisent d'ingéniosité pour toucher les systèmes d'information des entreprises. Selon Kaspersky Lab les cybermalfaiteurs n'hésitent pas à « faire passer un programme malveillant par une application courante, de sorte que lorsqu'un collaborateur tente de lancer celle-ci, c'est l'ensemble de l'infrastructure qui est infecté ». Comment prévenir de tels incidents ? Les entreprises doivent élaborer et appliquer des règles de sécurité portant spécifiquement sur l'installation et le lancement des applications. Pourtant, toutes ne le font pas. Pire, « la majorité des sociétés n'ont aucun moyen de contrôler les applications et 17 % d'entre elles ne manifestent aucun intérêt pour les outils permettant un contrôle dans ce domaine ou ne sont pas même au courant de leur existence », selon cette enquête. Ce constat touche également la connexion d'équipements et de supports de stockage externes : « seules 44 % des entreprises y prêtent suffisamment d'attention et déploient des outils de contrôle des périphériques, tandis que 17 % ne connaissent pas ce type d'outils ou ne s'y intéressent pas. Or, le malware propagé

par des périphériques USB représente une menace constante : au cours de la seule année 2012, les solutions de sécurité Kaspersky Lab ont bloqué plus de 3 milliards de tentatives d'infection locales. En outre, cette possibilité totale de connecter n'importe quel équipement externe au réseau de l'entreprise augmente considérablement le risque de fuite de données ».

Selon Kaspersky Lab, quel que soit le secteur d'activité, il est nécessaire de respecter des règles simples pour éviter une très grande majorité des risques. « Il s'agit d'un problème complexe qui peut être abordée à travers des solutions simples et en respectant quelques bonnes pratiques. « En effet, des réflexes tels que mettre à jour son système d'exploitation, ou limiter la connexion de périphériques externes au réseau de l'entreprise relèvent du bon sens et garantissent une protection à minima ». De telles pratiques sont loin d'être automatiques. Elles peuvent se propager grâce à une culture de la cyber-protection promue par le RSSI, quand il existe.

Solvabilité 2 : La Matmut retient la suite logicielle d'Effisoft



Dans la perspective de l'adoption des normes liées à Solvabilité 2, le groupe mutualiste a retenu la suite logicielle d'Effisoft, en l'occurrence Solvaset. Une opération encadrée par un contrat prévoyant l'intégration de deux modules : Ooliba et Assuretat.

Malgré les incertitudes qui planent sur la date définitive d'entrée en vigueur de Solvabilité 2, bon nombre d'acteurs de l'assurance poursuivent leurs travaux d'adaptation parmi lesquels l'intégration de nouveaux outils informatiques dédiés. Dans ce cas, figure la Matmut. Le groupe mutualiste vient de signer un contrat avec l'éditeur Effisoft, un des principaux fournisseurs des outils dédiés à la maîtrise des nouveaux enjeux imposés par ce vaste programme réglementaire. Le contrat signé entre les deux partenaires prévoit l'intégration de deux modules de l'offre Solvaset déployée l'an dernier pour permettre aux porteurs de risques d'aller vite dans la prise en compte des exigences de Solvabilité 2. Il s'agit d'Ooliba et d'Assuretat. Le premier constitue une solution de calculs actuariels qui répond aux exigences du pilier 1 avec son module dédié au modèle standard de calcul du SCR/MCR. Quant au second, bien connu dans le monde financier, il constitue l'une des solutions-phares dédiée à la gestion du reporting réglementaire. L'assureur a porté son choix sur Effisoft suite aux réunions d'études ayant démontré la capacité de l'éditeur à cerner la problématique relative à la réforme Solvabilité II et son expérience dans l'accompagnement de ses clients. La qualité des outils a, bien entendu, joué un rôle déterminant dans cette décision. La Matmut a ainsi fait à nouveau confiance aux équipes d'EFFISOFT qui possèdent une expérience métier et ont déjà, par le passé, livré des projets maîtrisés et réussis à l'assureur.

La solution Ooliba permettra à la MATMUT de couvrir les besoins du pilier 1 avec l'automatisation des feuilles de calcul SCR/MCR en modèle standard et fournira à l'assureur un outil de traçabilité et d'auditabilité de ses modèles de calculs. En complément, le logiciel Assuretat prendra en charge la génération des états réglementaires

quantitatifs exigés par l'EIOPA et l'ACP au titre du pilier 3 : la production ou le montage des états QRT (Quantitative Reporting Templates) au format XBRL ; la constitution du bilan prudentiel, y compris les retraitements comptables en vision Solvabilité II et le calcul de l'impôt différé ; la production des états nationaux exigés par l'ACP. Outre l'intégration de ces deux modules, la Matmut a profité de ce projet pour étendre la couverture fonctionnelle du logiciel de réassurance WebXL qu'il utilise déjà. Il a ainsi acquis le module de gestion des facultatives. Ce dernier permettra de réaliser une automatisation exhaustive du processus d'import des informations de réassurance vers Assuretat. Selon Marc Accos, dirigeant et cofondateur d'Effisoft, « nous nous sommes toujours démarqués par notre expertise métier et notre accompagnement de premier ordre. Nous avons radicalement fait évoluer notre plateforme technologique nous permettant ainsi d'élargir notre offre à l'ensemble des exigences de la directive Solvabilité II. Aujourd'hui, nous restons un éditeur d'excellence sur le marché et les nombreuses signatures de prestige que nous réalisons en témoignent. Nous sommes très heureux de collaborer avec la MATMUT, un de nos clients historiques sur le reporting réglementaire. Preuve que nous avons rapidement su nous adapter à l'évolution du marché, maintenir notre dynamisme commercial et la solidité de notre offre ». Du reste, à travers cette référence, l'éditeur conforte son positionnement sur le terrain mutualiste. La Matmut est ainsi la deuxième entité de SFEREN à retenir ses solutions pour les problématiques Solvabilité II.

FATCA : Informatica propose ses prestations et solutions

Dans la perspective de l'entrée en vigueur du Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA), les entreprises financières européennes doivent préparer leurs systèmes d'information à produire les données exigées par le fisc américain pour des raisons de transparence fiscale. Face à ce défi, Informatica leur propose de parier sur ses solutions.

Il reste moins de huit mois aux acteurs de la finance européenne pour être FATCA « Compliant ». En clair, disposer d'un système d'information capable d'identifier dans ses chaînes tous les clients susceptibles de payer une taxe à l'Administration fiscale américaine.

De fait, la norme FATCA, créée par l'équipe Obama en mars 2010, obligera les institutions financières étrangères à communiquer au fisc américain les noms de citoyens et propriétaires d'entreprises américains détenteurs de comptes bancaires dans leurs livres. Elle entrera en application dès le 1er janvier 2014, l'objectif de l'autorité fiscale américaine (Internal Revenue Service, IRS) étant de laisser aux institutions financières étrangères le temps de mettre en œuvre les procédures leur permettant de satisfaire aux exigences de reporting de FATCA. Apparemment facile à prendre en compte, cette norme est plus complexe dans la pratique. Selon Bruno Labidoire directeur technique Europe du Sud chez Informatica, « ces exigences peuvent paraître relativement simples ; pourtant, les intégrer pose aux banques un certain nombre de difficultés : l'accès à des informations parfois erronées, aux formats hétérogènes et dispersées dans de multiples systèmes est problématique. Un outillage efficace de gestion de la qualité des données s'impose ». L'objectif d'une telle démarche est de rassembler et organiser les données de l'entreprise par définition variées et issues de bases diverses en vue de répondre à cette loi. A l'arrivée, les banques doivent se donner les moyens d'identifier tous les clients qui sont susceptibles de payer une

taxe à l'IRS. Par exemple, il peut s'agir de clients supposés avoir un statut fiscal aux États-Unis, possédant la citoyenneté américaine ou détenteurs de la carte verte voire ayant une adresse basée aux États-Unis et associée à des comptes, que ce soit pour des paiements entrants ou sortants etc. Face à cette complexité, Informatica, propose une solution outillée afin d'aider les établissements financiers à s'adapter à cette nouvelle régulation en leurs fournissant des solutions qui offrent une vision à 360° de leurs données, et permettent d'assurer une véritable qualité des données à l'échelle de



l'entreprise. Selon Bruno Labidoire, « cette offre arrive à point nommé sachant que les acteurs européens sont très en retard par rapport au calendrier établi. Il y a eu un premier report ; un second semble improbable ». L'un des avantages de la solution proposée est sa capacité à s'adapter, le moment venu, à une éventuelle FATCA Européenne, déclinaison de la mouture américaine sur le Vieux Continent. Confrontés à une poussée normative sans précédent (Bâle III, Solvabilité 2, IFRS, SEPA, etc.), les acteurs de la finance européenne doivent une fois de plus prendre en compte de nouvelles exigences. L'un des soucis auxquels ils sont confrontés est certainement la capacité à mobiliser une main d'œuvre qualifiée pour des projets complexes et gourmands financièrement.

Sepa : branle-bas d'entrée en vigueur



Dix mois séparent les entreprises du passage à Sepa. Comment les aider à basculer dans ce nouvel univers de paiement unifié à l'échelle européenne ? La FBF vient de lancer un site Internet à cette fin.

Le Single Euro Payments Area (Sepa) ou espace unique de paiement en euros va entrer en vigueur à compter du 1er février 2014. Corollaire de cette bascule opérée dans les 27 pays de l'Union Européenne concernés plus l'Islande, la Norvège, le Liechtenstein, la Suisse et Monaco, ce règlement européen va créer une gamme unique de moyens de paiement en euros, commune à tous. Ainsi, tous les virements et prélèvements effectués par l'ensemble des acteurs économiques devront s'aligner sur cette norme. Dès lors, les entreprises, sans exception de taille ou de statut juridique, ne pourront plus utiliser que le virement et le prélèvement SEPA pour leurs opérations nationales et transfrontières. Malgré l'enjeu, toutes les dispositions ne semblent pas prises pour un alignement sur cette directive. Afin d'aider les entreprises, d'être « Sepa Compliant », les banques françaises sont mobilisées pour les informer et les sensibiliser, notamment les TPE/PME, afin qu'elles passent le plus rapidement possible aux normes SEPA. La profession vient ainsi de lancer un nouvel outil d'information, en l'occurrence un site internet www.banques-sepa.fr. Il est destiné à l'accompagnement des entreprises dans leur migration. Véritable plate-forme pédagogique, cet espace met en scène trois rubriques principales : «En pratique», «Initiatives», et «Témoignages». L'objectif est de motiver les

entreprises à anticiper et tester ces changements le plus en amont possible. Cet outil est complémentaire du site d'information du Comité national Sepa. Selon la FBF, la préparation très en amont avant la date de bascule s'avère indispensable pour permettre de réaliser cette importante migration dans les meilleures conditions et dans les délais. A cette fin, les institutions bancaires exhortent les entreprises à se rapprocher très rapidement de leurs interlocuteurs privilégiés que sont les associations professionnelles, les CCI, les banques, les experts comptables ou les fournisseurs de solutions informatiques pour mener à bien cette opération. Outre le lancement de ce site Web, des actions régionales sont conduites sur le terrain. Ainsi, le Comité FBF de Rhône-Alpes et la Banque de France appellent à la mobilisation de tous les acteurs, et plus particulièrement des entreprises de leur bassin de vie. Pour mémoire, les banques françaises proposent depuis plusieurs années déjà ces moyens de paiement à leurs clients : depuis 2008 et 2010, respectivement pour le virement et le prélèvement SEPA. Pourtant, leur exploitation reste encore très faible sur le terrain.

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 2nd semestre 2012

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

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

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

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

CAPA Conseil

23 rue du Départ - 75014 Paris
Tél : 09.50.81.21.86 -

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

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 :
23 rue du Départ - 75014 Paris

- 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