

Le Bulletin de Veille

10 juillet 2015

Numéro 212

Insolite	2	Paiements	4
Elle se retrouve seule, enfermée dans la banque	2	Carte bancaire : la fraude a baissé en France en 2014, une première depuis 12 ans	4
Actualités	2	Infographie : achat et usages des smartphones en Europe.....	5
L'image des banques s'est redressée	2	Carte bancaire gratuite : Boursorama abaisse la condition de revenus à 1.000 euros	5
Aviva France dévoile sa nouvelle feuille de route	2	LCL lance la première offre de commerce connecté en France	5
Offres	2	Réglementaire	6
Axa met un pied dans la maison intelligente avec son propre hub.....	2	« Avec Solvabilité II, la demande de réassurance va redémarrer ».....	6
BNP Paribas Personal Finance engage sa responsabilité et son expertise en faveur de la transition énergétique 3	3	Le régulateur bancaire européen dévoile son plan de relance de la titrisation.....	6
Résultats du bac : les banques les plus généreuses	3	Rapprochements	6
Distribution	3	Groupe Pasteur Mutualité et la MNH s'allient pour créer Viverem.....	6
Malakoff Médéric inaugure un nouveau concept store à LILLE.....	3	Harmonie Mutuelle et le groupe MGEN confirment leur rapprochement	6
Digital	3		
La Banque Postale : des pages Facebook dédiées aux conseillers.....	4		
La mutation numérique SG est d'abord humaine	4		
La MAIF lance une structure dédiée à l'innovation	4		



Le conseil sur-mesure pour transformer et optimiser vos environnements bancaires les plus complexes.

csaconsulting est devenu en 20 ans un partenaire privilégié des principaux groupes bancaires et d'assurance, en France et à l'international. Cultivant une véritable alternative aux grands cabinets de conseil, notre approche est opérationnelle, pragmatique et apporte à nos clients une réelle plus-value en toute objectivité.

Nos consultants sont experts en Relation Client & Distribution Multicanal, Performance Opérationnelle, Payments & Cash Management et Maîtrise des Risques & Contrôle Interne.



Insolite

8 juillet 2015 • Le progrès

Elle se retrouve seule, enfermée dans la banque

Gros coup de chaud mardi soir pour Chloé, 31 ans, qui s'arrête pour retirer de l'argent. Le sas est ouvert jusqu'à 22 heures pour les clients qui veulent retirer de l'argent. Mais lorsqu'elle veut sortir, la porte est bel et bien fermée. L'employée, nouvelle salariée de l'agence, a verrouillé par mégarde toutes les portes de la banque.

C'est finalement l'opérateur de vidéo-protection qui, voyant Chloé sur son écran de contrôle prendra contact avec les forces de l'ordre. Une équipe de sécurité viendra délivrer Chloé à 19 h 50. « J'ai passé un peu plus d'une heure dans ce sas. On panique très vite dans ces cas-là. Avec la canicule, il faisait très chaud et les portes blindées ne permettent pas de communiquer avec l'extérieur ». ●●●

Actualités

8 juillet 2015 • Les Echos

L'image des banques s'est redressée

Les banques récoltent les fruits de leur mue digitale. Les clients, plus digitaux, valorisent toujours le conseil des spécialistes.

Sept ans après la crise financière l'image des banques françaises s'est sensiblement redressée. **Selon un sondage BVA, réalisé fin avril pour la FBF, 67 % des clients interrogés estiment que l'image des banques est bonne, alors qu'ils n'étaient que 52 % dans ce cas en 2010.**

Ce succès, les banques françaises semblent l'avoir obtenu en s'adaptant aux nouveaux usages. Mais cela n'empêche pas les Français de valoriser leur relation avec leur conseiller bancaire. Selon le sondage, **les consommateurs sont de plus en plus nombreux à souhaiter disposer d'un conseiller attiré, facile à joindre, disponible et compétent.**

Les banques misent sur ce capital confiance pour lutter contre la concurrence des acteurs non bancaires. ●●●

8 juillet 2015 • Assurance & Banque 2.0

Aviva France dévoile sa nouvelle feuille de route

Sur fond de présentation des résultats d'un premier trimestre prometteur sur toutes les branches, l'assureur a mis à nu sa nouvelle feuille de route qui l'accompagnera jusqu'en 2020.



Le programme de développement à l'horizon **2020** de la filiale française du groupe d'assurances anglais accorde la part belle à la **croissance opérationnelle**. En toile de fond une arme nouvelle : **le multi-accès**.

Un terrain multicanal sur lequel « *notre marge de progression reste significative au regard de l'état de l'art* », de l'aveu même de Gilles Scaramiglia, directeur du Multi-accès. L'une des premières réponses proposées est **l'espace client unifié**, au sein duquel l'assuré peut désormais **visualiser l'ensemble de ses contrats**.

Cette dynamique qui va accompagner Aviva jusqu'en 2020 embarque également le mode de distribution direct avec, à la clé, une proposition de valeur duale portée **par Aviva Direct et Eurofil**. ●●●

Offres



8 juillet 2015 • Usine Digitale

Axa met un pied dans la maison intelligente avec son propre hub

L'assureur va lancer début octobre un projet pilote baptisé « la maison connectée » afin de mieux protéger ses clients contre les risques d'intrusion et d'incendie à leur domicile.



Axa a créé un service payant qui relie, via les API (interface de programmation), caméras et détecteurs de fumée connectés situés dans l'habitation de ses clients à leur smartphone.

L'assuré, qui payera **moins de 100 euros par an** pour bénéficier de ce service, peut commander à distance ses objets connectés pour les mettre en route ou les éteindre, depuis l'application mobile **Mon Axa**. Si une intrusion ou des particules suspectes ont été détectées, il reçoit une notification sur son téléphone.

Ce type de « hub » est déjà proposé gratuitement par plusieurs acteurs du secteur. La nouveauté ? **Axa permet via son application à ses assurés d'obtenir en deux clics un service d'assistance en cas de besoin**. ●●●



9 Juillet 2015 • BNP Paribas

BNP Paribas Personal Finance engage sa responsabilité et son expertise en faveur de la transition énergétique



Le cabinet Asterès a publié son travail de réflexion, « Créer un écosystème de la rénovation thermique », commandée par **BNP Paribas Personal Finance**. Parmi les différentes approches adoptées, BNP Paribas Personal Finance a, par exemple, développé dès 2003 une société commune avec EDF, **Domofinance**, une entreprise spécialisée dans le financement d'opérations de rénovation énergétique.

En nouant en France une première relation solide entre **financiers et énergéticiens**, et en proposant des **offres ciblées** sous ses marques comme Cetelem et celles du Groupe LaSer, BNP Paribas Personal Finance engage son expertise et sa responsabilité au service de la transition énergétique et compte **déployer ces modèles au-delà des frontières de l'hexagone**. ●●●



5 juillet 2015 • cBanque

Résultats du bac : les banques les plus généreuses

Chaque année, certaines enseignes bancaires profitent de l'effervescence autour des résultats du baccalauréat pour gratifier les néo-bacheliers de primes, de ristournes et de cadeaux.

Comme chaque année, une poignée de banques profitent de ce contexte pour s'offrir un petit coup de projecteur à moindre coût, en récompensant les néo-bacheliers. C'est en effet l'occasion de s'adresser directement à une cible stratégique, les jeunes et de repérer les plus brillants, ceux qui ont statistiquement les meilleures chances de décrocher des postes bien rémunérés à l'avenir, en portant l'effort sur les mentions.

Le **CIC** reste encore cette année la plus généreuse des banques de réseau : **160 euros pour une mention très bien (TB)**, 80 euros pour une mention bien (B) et 40 euros pour une mention assez bien (AB). ●●●

Distribution



7 juillet 2015 • Malakoff Médéric

Malakoff Médéric inaugure un nouveau concept store à LILLE

Un nouveau concept pour ses boutiques a été créé afin de permettre aux clients, y compris ceux à mobilité réduite, de s'informer, de souscrire ou de gérer un contrat santé et prévoyance, retraite, et épargne.



Anticipant les nouvelles attentes de ses visiteurs, **Malakoff Médéric** a métamorphosé son nouvel espace boutique, en redistribuant les espaces clients. L'architecture de ce corner dédié a évolué, offrant ainsi des **espaces réalisés**

avec des matériaux naturels et modernes, respectant la confidentialité, le bien-être et la circulation des clients. De par sa localisation au cœur de la ville, la boutique répond à un enjeu de proximité avec les assurés.

Différents moyens de contacts sont accessibles en boutique : rendez-vous en face à face ou mise en relation par visio-conférence avec un expert retraite ou action sociale. ●●●

Digital



7 juillet 2015 • Assurance & Banque 2.0

La Banque Postale : des pages Facebook dédiées aux conseillers

Pour jouer la carte de la proximité avec la clientèle, le groupe vient de déployer des pages Facebook pour ses conseillers.



Grâce à la solution déployée en partenariat avec Hearsey Social, les utilisateurs ont accès à une bibliothèque de contenus préparés en amont par l'équipe digitale. D'autre part, ils reçoivent également des alertes lorsque les

clients partagent des informations sur des événements importants de leur vie (mariage, naissance, etc.).

L'utilisation des pages Facebook dédiées permet à La Banque Postale d'étoffer la relation qu'elle entretient avec ses clients sur les maillages sociaux.

Pour autant, la Banque Postale reste confrontée, à l'instar des autres groupes de l'assurance et de la banque, à une interrogation récurrente : comment transformer le succès engrangé sur les supports de marketing social en espèces sonnantes et trébuchantes ? Pourront-ils les transformer en solution de conquête de nouveaux clients ? Car tout reste à inventer dans ce sens. ●●●

Plus de **56 000** utilisateurs
Plus de **1 000** groupes de discussions
72 pays
3 000 connexions en simultané

SG Communities, le réseau social d'entreprise :
SG Communities, créé en 2013, compte aujourd'hui près de 60 000 membres (une progression de 50% en un an) de plus de 70 pays et plus de 1000 Groupes de discussion dont certaines communautés très actives. Cette plateforme permet la mise en relation des collaborateurs, le partage de connaissances et de bonnes pratiques, la création de groupes et sous-groupes (professionnels ou extra-professionnels), et inclut un fil d'activité commun ou personnalisé. C'est aussi un espace d'animation de communautés RH et business, de création de wikis, forums, sondages, questionnaires, événements. Le réseau social d'entreprise est une source d'échanges autour de centres d'intérêts partagés et de génération d'idées innovantes.

5 juillet 2015 • C'est pas mon idée

La mutation numérique SG est d'abord humaine

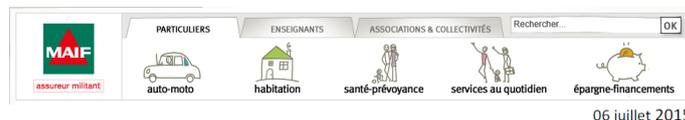
Pour ses dirigeants, la transformation « digitale » du Groupe passera par une révolution culturelle interne



Pour beaucoup de responsables, la fameuse « révolution numérique » est essentiellement technologique et peut s'aborder par la simple mise en place d'un nouvel arsenal d'outils, présenté comme la recette magique de l'adaptation au changement.

Société Générale se distingue en mettant un fort accent sur la dimension humaine de son indispensable transformation. En effet, la mutation des entreprises ne peut s'envisager sans l'adhésion inconditionnelle de ses collaborateurs, qui suppose un accompagnement de longue haleine, jusqu'à l'avènement d'une véritable culture numérique.

En comparaison des annonces habituelles – de partenariats avec des startups ou de création d'incubateurs –, une stratégie de révolution culturelle interne peut sembler un peu terne. Elle est pourtant au moins aussi importante, car c'est elle qui fera que les actions ponctuelles pourront s'ancrer, dans la durée, au cœur de l'organisation devenue réellement « digitale » ●●●



LE GROUPE MAIF SE DOTE D'UNE STRUCTURE D'INVESTISSEMENT

Le Conseil d'Administration de la MAIF qui s'est réuni le 24 juin 2015, a pris la décision de valider la création d'une société par actions simplifiées (SAS) : MAIF Avenir, une structure dédiée au financement de l'Innovation, du Digital et de l'économie collaborative.

Une structure dédiée à l'innovation, au digital et à l'économie collaborative

7 juillet 2015 • Assurance & Banque 2.0

La MAIF lance une structure dédiée à l'innovation

MAIF Avenir est le bras qui portera désormais la stratégie d'innovation de l'assureur militant.



Cette structure dédiée au **financement de l'innovation, du digital et de l'économie collaborative**, a plusieurs missions : développer de nouveaux services pour les sociétaires, accéder à de nouvelles communautés, innover, mieux comprendre le digital, les nouvelles technologies et les nouveaux usages, profiter de la vitalité des start-up et de leur mode de fonctionnement pour progresser en matière d'agilité.

Pour conduire sa mission, **cette structure nouvelle sera dotée d'une enveloppe de 125 millions d'euros jusque en 2018**, soit une moyenne de 30 millions par an. Elle fonctionnera en gestion directe. ●●●

Paie m e n t s

9 juillet 2015 • cBanque

Carte bancaire : la fraude a baissé en France en 2014, une première depuis 12 ans

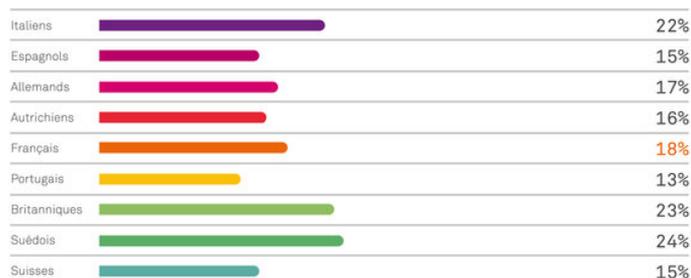
Pour la première fois depuis 2003, la fraude sur les paiements par carte bancaire a baissé en 2014, explique l'**Observatoire de la sécurité des cartes de paiement** dans son 12e rapport publié le 9 juillet. Le taux de fraude sur les opérations réalisées en France a diminué, passant de 0,046 % en 2013 à 0,043%.

L'Observatoire a intégré dans son périmètre le paiement sans contact. Le taux de fraude 2014 ressort à 0,015%, soit « un niveau [...] deux fois inférieur à celui des retraits aux distributeurs automatiques de billets (0,034%) », note le communiqué qui

souligne que « la technologie sans contact elle-même n'a pas à ce jour présenté de faille exploitable pour les fraudeurs ».

Malgré ces progrès, l'Observatoire appelle dans le même temps les banques à la prudence concernant l'authentification biométrique, « technique [...] prometteuse » mais sur laquelle l'industrie des paiements « manque de recul ». ●●●

5. Les Européens utilisent déjà leur smartphone comme moyen de paiement.



9 juillet 2015 • Journal du Net

Infographie : achat et usages des smartphones en Europe

Les Français ne consacrent que 247 euros à l'achat d'un smartphone, moins que la moyenne européenne s'élevant à 296 euros.

A 296 euros, le prix moyen d'achat d'un smartphone en Europe démontre l'avènement du milieu de gamme, d'après une nouvelle étude de GfK pour BQ. Dans l'Hexagone, le prix reste le premier critère de choix d'un smartphone, devant la batterie et la qualité.

Côté usages, les plus accros sont les Portugais et les Suédois. Ils sont respectivement 63% et 55% à passer plus de 2 heures par jour sur leurs smartphones, quand les Français ne sont que 27%. Sur les 9 pays couverts par l'étude, c'est d'ailleurs la France où les individus passent le moins de temps sur leur smartphone. Notons enfin que le **paiement mobile commence à s'ancrer dans les habitudes des Britanniques, Suédois et Italiens, alors que les Français, un peu en retrait mais dans la moyenne européenne, ne sont que 18% à déclarer avoir effectué un achat avec leur smartphone.** ●●●



0€ POUR VOS CARTES VISA CLASSIC ET PREMIER et pas seulement la 1^{ère} année. [En savoir plus](#)
POUR VOS PRINCIPAUX SERVICES COURANTS :
- paiements et retraits en euros en France et à l'étranger
- prélèvements et virements en euros et en ligne en France et en zone SEPA (28 membres de l'UE + Norvège, Liechtenstein, Islande, Suisse et Monaco)

COMpte BANCAIRE Vos cartes totalement gratuites	CRÉDIT IMMOBILIER Votre réponse de principe immédiate	ÉPARGNE Des solutions qui ne manquent pas d'intérêts	BOURSE L'expertise pour vos opérations en bourse
---	---	--	--

8 juillet 2015 • cBanque

Carte bancaire gratuite : Boursorama abaisse la condition de revenus à 1.000 euros



La **carte bancaire gratuite**, c'est la promesse faite par la majorité des banques en ligne. Jusqu'à présent, ces dernières s'étaient alignées sur un seuil de 1 200 euros de revenus par mois, sans obligation de les domicilier dans

la banque. Mais Boursorama Banque a rebattu les cartes depuis le 1er juillet en octroyant désormais sa carte Visa classique dès **1 000 euros de ressources mensuelles, ou 2 500 euros d'épargne dans l'établissement.**

Autre changement, la banque en ligne s'aligne dorénavant sur **BforBank** pour les conditions d'octroi de sa carte haut de gamme **Visa Premier : 1 800 euros de revenus mensuels** suffisent pour en bénéficier. ●●●

Les offres commerciales liées à la carte renforcent son utilisation

Impact sur les dépenses mensuelles totales après la première réduction



« LES ÉCHOS » / SOURCE : CARDLYTICS / PHOTO : SHUTTERSTOCK

5 juillet 2015 • Les Echos

LCL lance la première offre de commerce connecté en France

La banque proposera le 1er octobre des offres commerciales ciblées découlant de l'analyse des données de paiement des clients volontaires.



Les clients détenant un compte **LCL** pourront souscrire à ce programme baptisé **Avantage +** afin de percevoir des réductions de prix sous forme de « **cashback** » lors d'achats en magasin ou sur un site Internet.

En pratique, les clients devront se rendre sur leur site de banque en ligne pour **adhérer au programme et recevoir des offres commerciales. Il leur faudra ensuite sélectionner les promotions qui les intéressent afin de les associer à leur carte.**

Reste à convaincre les grandes enseignes de rejoindre le programme durant l'été et de consentir des remises suffisamment

attractives. Mais LCL veut croire que les **commerçants** seront intéressés par le modèle économique de ce type de programme. Contrairement à une publicité traditionnelle, ils ne paient en effet que si un client vient consommer chez eux. ●●●

Réglementaire



apref ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DE LA RÉASSURANCE EN FRANCE

APREF ACTUALITÉS CALENDRIER DOCUMENTATION RÉASSURANCE MEMBRES

Accueil >> Le Marché de la Réassurance en 2014 - International - France - 10 ans APREF

LE MARCHÉ DE LA RÉASSURANCE EN 2014 - INTERNATIONAL - FRANCE - 10 ANS APREF

Jeu 9 juillet 2015 - Auditorium de la FFSA
Date du document: 10/07/2015
Type de document: Publications APREF
Classification: Conférence de Presse

9 juillet 2015 • La Tribune de l'Assurance

« Avec Solvabilité II, la demande de réassurance va redémarrer »

Rencontre avec François Vilnet, président de l'Association des professionnels de la réassurance en France (Apref)



En 2014, les chiffres de la réassurance sont en baisse pour les réassureurs membres de l'Apref. Cela est principalement dû aux affaires non récurrentes : - 3% en vie, et - 17% en non-vie.

Pour 2015, l'Apref attend une tendance identique : un cycle baissier et une vigilance de la part des assureurs sur leur budget réassurance. **En 2016/2017, avec l'entrée en vigueur de Solvabilité II et ses contraintes en matière d'analyse des risques, elle anticipe un redémarrage de la demande.** ●●●

1er juillet 2015 • Agefi

Le régulateur bancaire européen dévoile son plan de relance de la titrisation.

L'Autorité bancaire européenne (EBA) propose une baisse des exigences en capital pour les titrisations répondant à certains critères de qualité.



Les propositions de l'EBA, présentées dans les grandes lignes lors d'une conférence la semaine dernière à Londres, s'inscrivent dans le sillage des travaux menés par la BCE, la Banque d'Angleterre (BoE) ainsi que par les régulateurs pour traiter moins durement les titrisations considérées comme étant de bonne qualité.

L'EBA propose de **baisser les exigences en capital imposées aux banques investissant dans les titrisations qui répondront à des critères de transparence, de simplicité, de standardisation et de risque de crédit des prêts sous-jacents.** Les charges en capital proposées sont en moyenne inférieures à 25% à celles mises sur la table en décembre dernier par le Comité de Bâle. ●●●

Rapprochements

8 juillet 2015 • Les Echos

Groupe Pasteur Mutualité et la MNH s'allient pour créer Viverem



La Mutuelle Nationale des Hospitaliers et des professionnels de la santé et du social (MNH) et Groupe Pasteur Mutualité se sont rapprochés en constituant une Union Mutualiste de Groupe baptisée **Viverem**.

Au cours du prochain trimestre 2015, un comité exécutif prendra en charge le fonctionnement opérationnel de l'UMG. Les deux acteurs souhaitent notamment **accélérer la conquête de nouveaux segments de marché, notamment le marché collectif dans le secteur sanitaire et social privé en réponse à la mise en place de l'ANI.** ●●●

10 juillet 2015 • Assurance & Banque 2.0

Harmonie Mutuelle et le groupe MGEN confirment leur rapprochement



Les assemblées générales des deux acteurs et de leurs mutuelles partenaires ont décidé en faveur de la mise sur pied d'un nouveau groupe mutualiste de protection sociale commun.

Les travaux de rapprochement par les deux acteurs vont désormais entrer dans une **phase opérationnelle**. Celle-ci aboutira à la **création formelle du groupe début 2016**. Le fruit de ce regroupement sera sous la forme d'une UMG prudentielle et préservera les marques et les offres des mutuelles qui le composent. ●●●

