

Le Bulletin de Veille

18 novembre 2016

Numéro 267

Insolite	2	Paiements	5
Son derrière était en or massif	2	Morning lance une carte de paiement Mastercard avec de nouveaux services.....	5
Actualités	2	LCL renonce à l'e-Carte bleue	6
AXA soigne son langage, avec ses clients	2	La carte bancaire anti-fraude agréée en France.	6
Société Générale : un soutien aux artisans	2	Réglementaire	6
Société Générale lance une nouvelle marque.....	3	Réseaux sociaux : l'ACPR clarifie les règles de communication	6
Offres	3	Décret Tracfin relatif à la lutte contre le financement du terrorisme	6
Banque Populaire ouvre l'agence au co-working	3	L'AMF promeut plus de clarté sur les frais pour renforcer l'attractivité des fonds français.....	7
Eovi MCD Mutuelle veut lutter contre les clichés sur les seniors	3	L'AMF demande une information extra-financière plus pertinente	7
Distribution	4	Rapprochements	7
Quand les banques ferment leurs agences, le pure player Meilleurtaux.com ouvre les siennes.....	4	La Matmut entre au capital de Saagie, startup spécialisée dans le BIG DATA	7
Orange Bank sera une banque « fun » et « pas chère » 4		Le groupe Humanis et Ipeca Prévoyance renforcent leur coopération.....	8
Digital	4	Assurance dommages : la coentreprise BNP Paribas-Matmut lancée en 2018.....	8
BPCE prépare un « plan d'action digital » et va racheter PayPlug	4		
Société Générale : le digital au coeur de la transformation	5		
Plus le digital se développe, plus le conseiller est essentiel	5		



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



13 novembre 2016 • 20min.ch

Son derrière était en or massif

Un employé de la **Monnaie royale canadienne** a été reconnu coupable d'un important vol d'or, mercredi devant un tribunal d'Ottawa. Il avait une technique imparable pour déjouer les contrôles.

De novembre 2014 à mars 2015, Lester Lawrence avait exfiltré des pièces brutes de métal jaune pour une valeur de 180 000 dollars.

L'homme de 35 ans, qui travaillait fréquemment seul dans son atelier de raffinage ultrasécurisé, avait pris l'habitude de subtiliser des palets d'or de 210g. Dans son casier, les enquêteurs ont retrouvé des gants en latex et de la vaseline. Il s'en servait pour introduire le métal dans son rectum.

L'alerte a finalement été donnée par un employé de banque qui avait été intrigué par le fait que l'homme venait régulièrement déposer des chèques de 7 000 dollars. Ces derniers étaient émis par un commerce d'achat d'or voisin de la succursale. Le banquier avait fini par alerter la police en constatant que le client était employé de la Monnaie royale. ●●●

Actualités

Rejoignez la communauté AXA et faites connaître vos idées pour rendre l'assurance encore plus citoyenne.

JE M'INSCRIS

14 novembre 2016 • C'est pas mon Idée !

AXA soigne son langage, avec ses clients

Qui parcourt en détail son contrat d'assurance avant de le signer ? Qui peut garantir qu'il en comprend tous les termes ? C'est pour en finir avec ces questions embarrassantes et génératrices de frustrations qu'AXA entreprend une démarche de rafraîchissement de son langage.



L'assureur a décidé de demander directement aux principaux intéressés – le grand public – ce qui, selon eux, doit être amélioré afin de rendre ses contrats plus clairs, plus compréhensibles. A

travers la plate-forme du programme Assurance Citoyenne tous les internautes peuvent ainsi s'exprimer, déposer leurs suggestions et réagir aux idées émises.

Dix jours après le démarrage de la campagne plus de 250 commentaires avaient déjà été partagés. Le contenu des propositions est de qualité variable mais il a le mérite d'identifier les causes d'irritation majeures.

Autant que son objectif de simplification du vocabulaire de l'assurance, la méthode même employée par AXA contribue à restaurer, par l'écoute, la confiance des consommateurs. ●●●

18 novembre 2016 • Direct Matin

Société Générale : un soutien aux artisans

Société Générale offre un coup de pouce aux petits entrepreneurs. Elle s'est récemment associée avec Bulb in Town, un site internet de financement participatif visant à lever des fonds pour les artisans et les commerçants locaux.



Les deux entités proposent ainsi, tous les trimestres, un concours pour mettre en valeur et soutenir les bonnes idées de ces entrepreneurs.

Le premier de ces challenges est ouvert jusqu'au 25 novembre. Le lauréat, qui sera annoncé le 6 janvier, verra le montant de sa collecte doublé (dans la limite de 4 000 euros).

Le jury accordera également une dotation de 1 000 euros à son coup de cœur. ●●●



SOCIÉTÉ GÉNÉRALE GROUP

17 novembre 2016 • Communiqué

Société Générale lance une nouvelle marque

Société Générale annonce le lancement de **Kleinwort Hambros**, sa nouvelle marque de banque privée au Royaume-Uni qui regroupe ses entités **Kleinwort Benson** et **Société Générale Private Banking Hambros**.

Jean-François Mazaud, Directeur de Société Générale Private Banking, commente : « La création de la marque *Kleinwort Hambros* démontre nos ambitions fortes dans l'industrie de la banque privée et nous sommes heureux d'associer ces deux noms réputés au Royaume-Uni et dans les îles Anglo-Normandes. Nous comptons renforcer notre positionnement de leader en gestion de fortune au Royaume Uni, qui s'inscrit dans la stratégie de développement de la banque privée de Société Générale sur ses marchés cœur. » ●●●

Offres



16 novembre 2016 • C'est pas mon idée !

Banque Populaire ouvre l'agence au co-working

Pour pallier à la désaffection des agences et ne pas en venir à la solution extrême de fermeture, **Banque Populaire** avec « Mon Bureau Pop », explore une idée pour redynamiser son parc d'agences.



Établissement mutualiste oblige, ce sont les sociétaires qui bénéficieront du dispositif, gratuitement, via une application destinée à gérer les réservations.

Si un seul espace en test est proposé, à terme, l'ambition du groupe est de pouvoir proposer cette offre à tous ses sociétaires. La même application leur permettra alors de rechercher et réserver un bureau ou une salle de réunion (ou de « co-working ») partout en France, par créneau horaire et en

fonction de l'équipement désiré (vidéoprojecteur, tableau blanc...). Enfin, les utilisateurs pourront évaluer la qualité de leur expérience.

En attendant de trouver une réponse définitive à la baisse de fréquentation des agences, l'approche constitue un excellent moyen d'amortir le choc, tout en apportant une valeur ajoutée aux sociétaires. Approche d'autant plus pertinente qu'il se développe actuellement une forte tendance – liée à une demande réelle – sur les espaces de co-working et autres modèles de bureaux délocalisés. ●●●



17 novembre 2016 • L'argus de l'Assurance

Eovi MCD Mutuelle veut lutter contre les clichés sur les seniors

La mutuelle lance une campagne de communication « *Je ne suis pas une senior* », afin de promouvoir sa récente offre « Santé Vitalité » à destination des personnes de plus de 55 ans.



La population des seniors revêt un intérêt de plus en plus stratégique pour les assureurs santé, constituant l'une des principales niches de développement en individuelle. C'est dans ce contexte que **Eovi MCD** a lancé fin septembre sa nouvelle offre de complémentaire santé « Santé Vitalité » à destination des plus de 55 ans. Le renoncement de l'exécutif sur les "contrats seniors" conforte la mutuelle dans ce positionnement.

Pour séduire cette population, la mutuelle lance à compter de ce 17 novembre la campagne de communication « Je ne suis pas une senior », le blog vidéo « *vlog* » de Françoise, 60 ans, jeune retraitée voulant démontrer que la retraite se situe loin des clichés 10,5 millions d'internautes français ont plus de 50 ans rappelle la mutuelle.

Sur ce *vlog* se trouvent déjà cinq premières vidéos, une nouvelle séquence sera ensuite diffusée chaque semaine jusqu'à fin janvier 2017. ●●●

Distribution



11 novembre 2016 • L'Usine Digitale

Quand les banques ferment leurs agences, le pure player Meilleurtaux.com ouvre les siennes

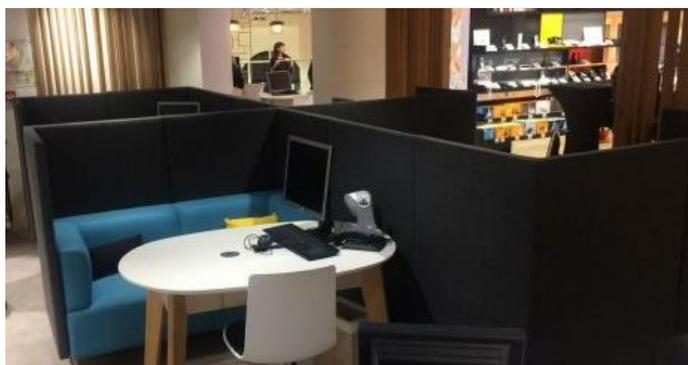
Pour son directeur Hervé Hatt, le numérique fait bouger le financement de l'immobilier mais ne supprime pas pour autant le besoin de conseil humain.



Le financement de l'immobilier est un des rares secteurs où la digitalisation a induit une ré-intermédiation. **Meilleurtaux.com**, qui figure parmi les leaders, se distingue pour avoir su élargir son offre au conseil (assurance, rachat de crédit, épargne...).

Fort d'un réseau de 240 agences, meilleurtaux.com revendique par la voix de son directeur ce parti pris mixant conseil à distance et conseil humain permettant aux clients, majoritairement entrés par le Web, d'obtenir un accompagnement « en face à face » lorsque la complexité des produits le nécessite.

Le WebCourtier continue néanmoins de miser sur le numérique pour asseoir son développement ; d'une part sur le marché français du crowdfunding avec son portail **meilleurtaux-pro.com** ; d'autre part à l'international, grâce à son site **preferate.com** qui compare les produits d'épargne européens. ●●●



15 novembre 2016 • La Tribune

Orange Bank sera une banque « fun » et « pas chère »

A quelques semaines du lancement, prévu au premier trimestre 2017, les premiers contours de la future **Orange Bank** 100% mobile se dessinent.

Les nouvelles « très grandes boutiques Orange » auront un espace aménagé pour parler banque et finance et un DAB. Le client pourra ouvrir un compte en quelques minutes et repartir avec sa carte bancaire. L'opérateur attend 800.000 visiteurs par an dans ces nouvelles boutiques. « *Si on transforme ne serait-ce que 10% de nos 28 millions de clients mobiles, cela fait déjà beaucoup de monde, beaucoup plus que les premières banques en ligne* ».

« *Le cahier des charges, c'est hyper simple et pas cher. Ouvrir un compte doit prendre quelques minutes. Sur le plan tarifaire, ce sera le plus forfaitaire possible* ». « *Ce sera plutôt une deuxième banque, une banque du quotidien* », prédit ce dirigeant d'Orange. « *Orange Bank va intégrer la culture des réseaux sociaux* ». « *Le transfert d'argent de compte à compte sera immédiat au sein de la communauté Friends and Family* ».

Un objectif assez modeste de 400 000 (nouveaux) clients est évoqué pour la première année, celui de 2 millions à terme (2020). ●●●

Digital

8 novembre 2016 • La Tribune

BPCE prépare un « plan d'action digital » et va racheter PayPlug

Le groupe bancaire mutualiste a annoncé ce mardi soir, un « *plan de transformation et d'excellence opérationnelle* » dans sa filiale de banque internationale de financement, de gestion d'actifs et d'assurance.



« Ce plan repose sur quatre leviers : la rationalisation des moyens informatiques, l'optimisation de l'organisation, le renforcement du contrôle des coûts de fonctionnement et la digitalisation des process. **Natixis** va investir 220

millions d'euros pour industrialiser, transformer et digitaliser ses métiers afin d'économiser de façon pérenne 250 millions d'euros par an à partir de la fin de l'année 2019 », explique le groupe dans un communiqué.

Parallèlement, **BPCE** annonce le regroupement de ses activités de paiement au sein de Natixis : ce dernier va donc lui racheter **S-Money** et ses filiales, **LePotCommun**, **Depopass** et **e-Cotiz**. L'activité Natixis Intertitres en fera également partie. Ce regroupement permettra de capitaliser sur les savoir-faire digitaux et les nouveaux usages, avec l'objectif de devenir l'un des leaders en Europe des solutions de paiements sur mobile, d'e-commerce et de proximité.

Pour atteindre cet objectif, Natixis se révèle être en négociations exclusives avec les actionnaires de PayPlug, - concurrente du géant PayPal - pour un investissement de 7 millions d'euros. ●●●

RÉINVENTER LA RELATION DE PROXIMITÉ

Un modèle omnicanal qui allie le meilleur de l'humain et du digital



18 novembre 2016 • Direct Matin

Société Générale : le digital au cœur de la transformation

Il y a un an, **Société Générale** annonçait son ambition de réinventer la relation bancaire autour d'un modèle de banque omnicanale alliant le meilleur de l'humain et du digital.



Concrètement, les nouveautés web et mobiles 2016/2017 sont articulées autour de 3 ambitions : faciliter la vie des clients au quotidien, accompagner le client de manière proactive dans la gestion de son argent, simplifier la relation.

Faciliter la vie de nos clients au quotidien : modifier son plafond de sa carte bancaire ; mettre sa carte bancaire en opposition ; effectuer des virements internationaux ; ajouter un bénéficiaire par QR code ; passer ses ordres de Bourse directement via son mobile.

Accompagner le client de manière proactive dans la gestion de son argent : envoyer des alertes personnalisées ; visualiser l'ensemble de ses comptes y compris dans d'autres banques via l'agrégateur (2017).

Simplifier la relation : souscrire un crédit à la consommation en ligne ; ouvrir un livret d'épargne ou une assurance à distance (2017) ; payer en proximité avec son mobile (Paylib sans contact (2017)) ; sécuriser ses achats sur internet avec la carte à cryptogramme dynamique.

« Nous voyons dans le digital une formidable opportunité pour réinventer la banque dans toutes ses facettes. Comme en 2016, nous continuerons en 2017 à offrir plus de nouveaux services à valeur ajoutée à nos clients, des services en temps réel, personnalisés à grande échelle. Notre conviction est que le digital va augmenter la relation humaine et de confiance tissée historiquement avec nos clients » déclare Laurent Goutard, Directeur de la Banque de détail en France. ●●●

18 novembre 2016 • Libération

Plus le digital se développe, plus le conseiller est essentiel

Les Français sont plus conscients des cyber-risques et sont à la recherche de partenaires de confiance pour les accompagner dans leurs usages des réseaux (baromètre digital **BNP Paribas** mené avec **CSA Research**).

81% d'entre eux possèdent un smartphone et se connectent 6,5H par jour en moyenne. Une pratique massive qui les expose à de nouveaux risques. Pour autant, cette conscience des risques ne fait pas totalement disparaître ces pratiques : 48% de Français utilisent partout le même mot de passe.

Les Français, qui sont 16% à s'être déclarés victimes d'un piratage cette année, attendent d'être accompagnés par des professionnels pour la protection de leurs données bancaires et personnelles.

Et c'est la banque qui, à leurs yeux, constitue le partenaire de référence pour protéger leurs comptes (à 77%) et leurs données personnelles (à 63%). « *Le digital est au cœur de la relation bancaire avec 9/10 français qui consultent leur compte en ligne, Plus le digital se développe, plus la présence humaine du conseiller est essentielle pour rassurer et accompagner les usagers* », conclut Raphaële Leroy responsable des relations consommateurs chez BNP Paribas. ●●●

Paie m e n t s



8 novembre 2016 • Assurances&Banques 2.0

Morning lance une carte de paiement Mastercard avec de nouveaux services

Grâce à cette offre, **Morning** renouvelle les codes du service bancaire.



Les utilisateurs de Morning pourront gérer leurs paramètres depuis leur espace personnel en ligne ou sur l'application mobile. Ils pourront alors choisir leur code pin, activer/désactiver temporairement la carte et le retrait d'espèces ; autoriser/bloquer le paiement sans contact et les paiements en ligne ; gérer leurs plafonds.

Selon Éric Charpentier, leader de Morning, « notre objectif est de devenir un véritable acteur du secteur bancaire qui bouleverse, les usages, mais aussi le modèle des banques ».●●●

12 novembre 2016 • Cbanque

LCL renonce à l'e-Carte bleue

A compter du 31 décembre prochain, les clients de LCL ne pourront plus utiliser le service e-Carte Bleue, qui leur permet aujourd'hui de sécuriser leurs achats sur internet grâce à des numéros de carte bancaire virtuelle.



L'information, a été confirmée par la communication de l'enseigne : « Nous souhaitons faire évoluer ce service en renforçant les moyens d'identifications. Nous travaillons pour qu'une nouvelle réponse soit apportée en 2017 ».

Le service e-Carte Bleue, est plutôt fastidieux à mettre en place -il faut télécharger une application dédiée – mais la solution est en revanche très efficace contre les risques de détournement des coordonnées bancaires. Une solution proche, **Virtualis**, développée par le **Crédit Mutuel Arkéa** a d'ailleurs obtenu récemment l'agrément du groupement CB, en raison de sa fiabilité.●●●



10 novembre 2016 • Cbanque

La carte bancaire anti-fraude agréée en France.

Le groupement des cartes bancaires CB vient d'agréer la carte à cryptogramme dynamique, qui permet de sécuriser les paiements en ligne.



« Plus de 90% des transactions sur internet sont réglées par cartes bancaires en France » rappelle Gilbert Arira, directeur général de CB. Pourtant, le seul dispositif permettant de s'assurer que l'acheteur est bien en possession de

la carte qu'il utilise pour payer est le cryptogramme. Problème : il est affiché en clair sur la carte et peut donc facilement être vu et usuré par un tiers.

C'est précisément à cette faille que s'attaque la solution **OT OT Motion Code™**. **Oberthur Technologies** a inventé une carte équipée d'un petit écran alimenté par une mini-pile qui permet

d'afficher un cryptogramme dynamique, changeant à intervalles réguliers. Résultat : « *En cas de vol, les données bancaires deviennent rapidement inutilisables* », explique le communiqué.

Le système est déjà testé par **Caisse d'Épargne**, **BNP Paribas**, etc. **Société Générale** le propose depuis cette semaine à ses clients ! ●●●

Réglementaire

18 novembre 2016 • NewsAssurances Pro

Réseaux sociaux : l'ACPR clarifie les règles de communication

Les médias sociaux sont pleinement intégrés dans la stratégie de communication du secteur financier. Pour autant, ce canal n'échappe pas aux règles applicables aux autres support de communication comme le rappelle l'ACPR dans une recommandation (2016-R-01 du 14 novembre).



Dans le cadre de sa mission de protection de la clientèle et de contrôle des pratiques commerciales, l'ACPR entend promouvoir, à travers cette recommandation, effective à partir du 1er octobre 2017, une « communication loyale et transparente » des acteurs sur les réseaux sociaux.

Outre l'obligation d'être émis depuis des comptes professionnels clairement identifiables, les tweets et posts Facebook devront veiller « au caractère équilibré des contenus diffusés, y compris lorsqu'ils résultent du partage d'un contenu publié par un tiers ».

Enfin, les assujettis s'attacheront à définir une politique d'archivage, à rédiger des règles de diffusion et des procédures permettant de contrôler le respect de ces dernières.●●●

13 novembre 2016 • Cbanque

Décret Tracfin relatif à la lutte contre le financement du terrorisme

Le service de renseignement financier voit ses prérogatives élargies afin de mieux contrôler les flux financiers suspects, parmi d'autres mesures instaurées par le décret n° 2016-1523 du 10 novembre 2016, publié le 13 novembre au Journal officiel.



Les agents de **Tracfin** ont désormais un accès élargi au fichier des personnes recherchées (FPR), comprenant notamment les fameuses « fiches S » des personnes soupçonnées de radicalisation.

Dès le 1er décembre, l'obligation de déclarer aux douanes les transferts (argent, titres ou valeurs) d'au moins 10.000 euros en provenance ou à destination de pays de l'UE est élargie aux transferts par « voie routière, aérienne, maritime ou ferroviaire », effectués via des sociétés de transport ou des entreprises de fret express. Cette obligation déclarative s'applique également en cas de transferts de capitaux entre Saint-Barthélemy et l'étranger.

A partir du 1er janvier 2017, les dispositions de ce décret impactent également les cartes prépayées (dont la valeur maximale est ramenée à 250 euros et l'utilisation limitée aux paiements sur le territoire national) ainsi que l'octroi des prêts à la consommation, pour lesquels les mesures de vigilance doivent être mises en place dès 1.000 euros. ●●●

14 novembre 2016 • L'Agefi

L'AMF promeut plus de clarté sur les frais pour renforcer l'attractivité des fonds français

Résumé



Afin que les fonds français ne semblent pas plus chers que les luxembourgeois, le régulateur encourage les sociétés de gestion à distinguer les grandes catégories de frais.

Les travaux du groupe de place **Frog** sur la compétitivité du secteur, ont incité le régulateur à revoir sa doctrine en l'alignant sur celle des autres pays européens : les sociétés de gestion sont désormais invitées à distinguer dans leurs prospectus relatifs aux OPCVM et à certains FIA, les « frais de gestion financière » et les « frais administratifs externes à la société de gestion ».

L'AMF propose en outre un allègement incitatif des règles d'information des investisseurs en cas d'augmentation des coûts administratifs externes : si celle-ci est inférieure à 0,10% de l'actif, une information sur le site de la société de gestion sera suffisante.

Ces nouvelles dispositions non seulement faciliteraient la comparaison entre les produits français et étrangers, mais soumettraient les sociétés de gestion françaises à des règles d'information plus claires que celles du Luxembourg. ●●●

17 novembre 2016 • L'Agefi

L'AMF demande une information extra-financière plus pertinente

Le régulateur publie concomitamment, deux rapports l'un sur l'Information Sociale, Sociétale et Environnementale, l'autre sur le Gouvernement d'Entreprise.



A la lecture du premier, on retiendra 3 orientations recommandées par l'AMF : la production d'une information concise, hiérarchisée et retenant des indicateurs pertinents, une meilleure présentation du rôle de la RSE dans la stratégie des sociétés et une liaison plus précise entre les informations financières et extra-financières.

Dans le second, le Régulateur attire la vigilance des entreprises sur l'appréciation du caractère significatif ou non des relations d'affaires, la qualification d'indépendance des administrateurs ainsi que sur la présentation d'éléments qualitatifs constitutifs des rémunérations des dirigeants. ●●●

Rapprochements

Saagie

Produit Cas clients Blog Contact

Business Driven Data Platform

Saagie vous donne de la hauteur sur vos données. Saagie vous propose une solution innovante pour enfin tirer parti des données de votre entreprise, sur tous les aspects : ventes, marketing, RH. Saagie est une plateforme de bout-en-bout !

[Voir la vidéo](#)



17 novembre 2016 • Paris Normandie

La Matmut entre au capital de Saagie, startup spécialisée dans le BIG DATA

Cette opération confirme la démarche stratégique du Groupe autour des sujets relatifs à l'innovation et au digital.



Saagie est spécialisée dans la simplification de la mise en œuvre d'un projet Big Data. Le Groupe Matmut considère que mieux exploiter le gisement des données à sa disposition lui permettra de mieux connaître les risques ainsi que ses assurés, pour in fine mieux les servir.

Une démarche d'expérimentation, est menée depuis cet été au Siège social de la Matmut, conjointement avec les équipes et la plateforme La volonté du Groupe est tout à la fois d'avoir une approche collaborative sur ces sujets et de rendre concrètes, à terme, les promesses du BIG DATA.

Commentant l'entrée de la Matmut au capital de Saagie, Nicolas Gomart, Directeur Général du Groupe Matmut a commenté : « Le Big Data est un enjeu central pour l'avenir, susceptible de modifier notre proposition de valeur et le business model de notre activité... ». ●●●

17 novembre 2016 • L'Argus de l'Assurance

Le groupe Humanis et Ipeca Prévoyance renforcent leur coopération

Le groupe de protection sociale **Humanis** et **Ipeca Prévoyance** (13e au classement des institutions de prévoyance) concluent un accord de coopération, résultat d'un protocole signé en février dernier.

Cet accord conclu le 16 novembre inclut plusieurs points : amélioration des services aux adhérents, développement commercial conjoint des deux groupes sur les secteurs de l'aéronautique, de la défense et de l'espace (via de mécanismes de coassurance ou de réassurance), partage de bonnes pratiques en matière de gestion opérationnelle, initiatives communes en matière de gestion financière.

« Avec cet accord, Humanis et Ipeca s'engagent dans un partenariat ambitieux qui permettra de proposer des solutions de protection sociale innovantes et adaptées aux entreprises et aux salariés des secteurs de l'aéronautique, de la défense et de l'espace », déclarent conjointement les directeurs généraux Jean-Pierre Menanteau (Humanis) et Philippe Ricard (Ipeca Prévoyance). ●●●

18 novembre 2016 • cBanque

Assurance dommages : la coentreprise BNP Paribas-Matmut lancée en 2018

BNP Paribas et l'assureur mutualiste **Matmut** ont officialisé vendredi la signature d'un protocole d'accord pour la création d'une société d'assurance commune qui sera lancée en 2018.



Les deux groupes avaient confirmé mercredi l'imminence de ce partenariat et la participation à hauteur de 66%, de **Cardif**, filiale de **BNP Paribas** spécialisée dans l'assurance. La future coentreprise proposera des assurances auto, habitation et scolaire aux clients de BNP Paribas en France, précise un communiqué.

BNP Paribas a longtemps été associé avec Axa dans l'assurance dommages, mais son partenariat n'était pas aussi florissant qu'escompté.

Leur coentreprise avait réalisé un chiffre d'affaires de 170 millions d'euros en 2014, un montant modeste au regard des performances sur ce secteur d'autres groupes bancaires comme **Crédit Agricole**. ●●●