

Dossier Spécial



NOUVEAU
Depuis le 1^{er} janvier 2021



www.tabletteslorraines.fr Les Tablettes Lorraines
le service presse en ligne des Tablettes Lorraines, est habilité pour la publication des annonces légales de la Meurthe-et-Moselle et de la Meuse

www.gazette-moselle.fr LA GAZETTE
le service presse en ligne de la Gazette Moselle, est habilité pour la publication des annonces légales de la Moselle

Pour plus de renseignements, contactez
Hélène Ellinger, directrice des éditions | h.ellinger@tabletteslorraines.fr ou h.ellinger@gazette-moselle.fr | 06.22.94.16.98

Banques-Assurances De nouveaux horizons...



COURTIER EN ASSURANCES

Spécialiste des Entrepreneurs



ENSEMBLE, CONSTRUISONS LES MEILLEURES SOLUTIONS

Téléphone : +33 (0)3 83 27 21 38 - Email : nancy@roederer.fr

Orias n°07000336 - www.orias.fr



UNIBA
partners

www.roederer.fr



COURTIER EN ASSURANCES
**GROUPE
ROEDERER**

© Istockphoto - PeopleImages

Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution : ACPR - 4 place de Budapest CS 92459 - 75436 Paris Cedex • Traitement des réclamations : consultable sur notre site internet ou auprès du responsable conformité au 03 88 76 73 00 • Médiation de l'Assurance - CSCA / TSA 50110 - 75441 Paris Cedex 09 - Mail : le.mediateur@mediation-assurance.org



ÉDITO

La ligne de front a changé... ■



À situation exceptionnelle, mesures exceptionnelles ! L'an passé à la même époque la maxime était martelée : « vaillent des hautes sphères étatiques jusqu'aux strates du terrain de l'économie réelle. Aujourd'hui, elle demeure toujours d'actualité mais pour de nouvelles raisons. Après avoir réagi pour gérer l'urgence, penser les plaies, la décision de protéger les entrepreneurs et leurs collaborateurs avec ce fameux «quoi qu'il en coûte», c'est aujourd'hui la sortie de crise, la relance

et l'avenir global de l'économie des territoires qui est en jeu. L'affaire est loin d'être simple. Entre des entreprises affaiblies, celles qui vont devoir faire face à des difficultés financières certaines, les autres à la recherche d'un nouveau souffle pour faire face à ce que certains observateurs qualifient comme véritable «surcharge économique», le gouvernement, via Bruno Le Maire, le ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance et Éric Dupont-Moretti, garde des Sceaux et ministre de la Justice, a lancé au début du mois son acte II de l'Accompagnement des entreprises. Dans le volet financier, les banques, assurances ou encore les sociétés de gestion sont de nouveau appelées à monter au front pour permettre la mise en œuvre des différents dispositifs annoncés. La liste est longue à l'image des tous récents PPR (Prêts Participatifs Relance), de la prolongation des PGE (Prêts Garantis par l'État), des prêts exceptionnels ciblés sur les petites entreprises en passant par des avances remboursables et des prêts bonifiés. Une armada de mesures où les acteurs financiers ont un rôle crucial à jouer pour leur bonne exécution et surtout leur efficacité. Des acteurs financiers eux-mêmes touchés (on a tendance à l'oublier) de plein fouet par ce rouleau compresseur épidémique dans leur mode de fonctionnement, leur organisation et leurs missions. Si l'après est en marche avec la mise en place d'outils présentés comme facilement opérationnels, le présent entraîne une grande interrogation pour les années à venir : comment réellement financer et assurer une pandémie ? Seule une discipline financière semble le permettre, encore faut-il le faire comprendre...

Emmanuel VARRIER

« Comment demain, financer et assurer une pandémie ? »

Sommaire

Bruno Deletré, président du comité des banques Grand Est de la Fédération bancaire française : «les banques sont là pour accompagner la relance des entreprises»	14
Assurance - Mutuelle : quelle protection pour le chef d'entreprise	16
Crowdfunding : un nouveau mécanisme proposé par les banques en ligne	18
Communication : assurance et entreprise : le lien passe par l'innovation	20
Cybercriminalité : quand l'entreprise active ses pare-feux	22
Numérique : les «Assistants Virtuels Intelligents» en renfort de l'humain	24
Le Hub de la FFA : un espace d'innovation dédié aux assureurs	26
Numérique : le digital révolutionne le monde de l'assurance	27

CERTIFIÉ ISO 20-121
100%
PRÊTS À VOUS ACCUEILLIR

DESTINATION NANCY, UNE PORTE D'ENTRÉE UNIQUE AU CŒUR DE LA RÉGION GRAND EST POUR L'ORGANISATION DE VOS ÉVÈNEMENTS EN TOUTE SÉCURITÉ.

NOUVEAU : LE STUDIO LIVE VIRTUEL AU CENTRE DE CONGRÈS PROUVÉ

DESTINATION
NANCY

WWW.DESTINATION-NANCY.COM





BRUNO DELETRÉ, PRÉSIDENT DU COMITÉ DES BANQUES GRAND EST DE LA FÉDÉRATION BANCAIRE FRANÇAISE

«Les banques sont là pour accompagner la relance des entreprises» ■

LANCEMENT DES PRÊTS PARTICIPATIFS RELANCE (PPR) DISTRIBUTIBLES JUSQU'À LA FIN JUIN 2022, CONTINUITÉ DES PRÊTS GARANTIS PAR L'ÉTAT (PGE) LANCÉS DÈS LE DÉBUT DE LA PANDÉMIE, LE TOUT DANS UN CLIMAT D'ACCOMPAGNEMENT RENFORCÉ DES ENTREPRISES QUELLE QUE SOIT LEUR SITUATION. L'ÉCOSYSTÈME BANCAIRE EST TOUJOURS SUR LE FRONT POUR PARTICIPER AU MAINTIEN ET SURTOUT À LA RELANCE DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE. LE POINT DANS LA RÉGION AVEC BRUNO DELETRÉ, PRÉSIDENT DU COMITÉ DES BANQUES GRAND EST DE LA FÉDÉRATION BANCAIRE FRANÇAISE.



Les Tablettes Lorraines : Au début du mois de mai, Bruno Le Maire, le ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, a lancé le dispositif des Prêts Participatifs Relance (PPR) pour soutenir la capacité d'investissement des entreprises et renforcer leur bilan. Les choses prennent-elles dans le Grand Est ?

Bruno Deletré : Nous en sommes au démarrage du dispositif. Des PPR vont être décaissés très prochainement dans la région Grand Est. À l'image des PGE, les banques du Grand Est sont entièrement mobilisées sur ces nouveaux dispositifs d'accompagnement. Ils ont été coconstruits par l'État et les acteurs financiers (banques, assurances et sociétés de gestion). 90 % sont financés par un fonds d'investissement spécifique abondé par les assureurs et à 10 % par les banques.

À qui s'adressent ces PPR ?

C'est un produit ciblé sur des entreprises qui affichent des perspectives d'avenir ayant un véritable projet de rebond, des entreprises solides notées 5 + par la Banque de France, c'est-à-dire ayant de fortes capacités à honorer leur engagement financier.

Comment fonctionnent les PPR ?

Les PPR sont mis en œuvre pour une période de huit ans avec un différé d'amortissement de quatre ans, c'est presque du jamais vu. Ce sont des prêts de long terme. L'objectif est de

permettre aux entreprises de rebondir et de saisir les opportunités de croissance. Ces prêts doivent faire en sorte que l'accès aux financements leur soit possible, même si elles se sont endettées pour faire face à la crise.

Les Prêts Garantis par l'État ont été mis en place dès le début de la pandémie, et ils sont encore disponibles. Quel est leur bilan dans le Grand Est ?

Près de 47 000 PGE pour un montant d'environ huit milliards d'euros (chiffre au 21 mai 2021 : NDLR) ont été mis en œuvre par les banques et l'État pour accompagner les professionnels et les entreprises. 90 % de ces PGE ont d'ailleurs été distribués à des très petites entreprises (TPE).

Comment les entreprises du Grand Est ont-elles utilisé ces PGE ?

Les entreprises ont généralement souhaité garder un maximum de trésorerie et s'engager à amortir sur une période longue. C'est un comportement très prudent par rapport à l'évolution de la situation économique. Nous continuons à distribuer ce type de prêt mais l'essentiel des besoins a aujourd'hui été pourvu dans la région.

Le gouvernement vient d'annoncer, début juin, le lancement d'un plan d'action pour accompagner les entreprises dans la relance mais également pour soutenir les entreprises en difficulté. Percevez-vous déjà les effets de ces actions au sein de vos établissements ?



«Des Prêts Participatifs Relance vont être décaissés très prochainement dans la région», assure Bruno Deletré, président du Comité des banques Grand Est de la Fédération bancaire française.

Pas encore mais nous sommes tous conscients, qu'il y aura un effet de rattrapage. La situation des entreprises a été, en général, disons embellie grâce à la mise en place des différents dispositifs de soutien.

Comment les banques participent-elles à la détection des problématiques des entreprises ?

Les banques repèrent dans leurs portefeuilles celles qui peuvent présenter des problèmes dans un laps de temps plus ou moins court. Il est nécessaire, aujourd'hui, encore plus qu'avant, que les chefs d'entreprise soient transparents et

La FBF : question de proximité ■

Utilité. Proximité. Confiance. Mobilisation. Vigilance. Les cinq maîtres-mots mis en avant par la Fédération bancaire française à l'occasion de la publication, en avril, de son rapport annuel. Utilité : «dans ce contexte particulier, les banques ont démontré l'utilité profonde de leur mission (...) Les banques font partie de la solution à cette crise inédite.» Proximité : «la profession bancaire a prouvé son agilité et sa capacité de cohésion au sein du collectif.» Confiance : «L'année 2020 a accéléré et pérenniser l'utilisation et la confiance dans les services et outils numériques.» Mobilisation : «par leur mobilisation pour le climat, la transition énergétique ou encore l'inclusion bancaire, les banques démontrent leur place centrale dans la société.» Vigilance : «Il est aujourd'hui essentiel d'éviter que de nouvelles règles ne freinent la reprise économique (...) Les banques restent pleinement mobilisées et engagées au services de la relance.»



surtout qu'ils n'hésitent pas à parler avec leur banquier. Si l'entreprise rencontre des difficultés, il faut qu'elle le dise au plus vite sans rien cacher. Plus elle est transparente, plus il sera possible de trouver des solutions adaptées. Il faut maintenir une relation de confiance.

Cette confiance entre les banques et leurs clients (entreprises et particuliers) s'est-elle renforcée dans le contexte que nous connaissons ?

L'implication des banques, dès le début de la pandémie et de ses conséquences économiques, a été majoritairement reconnue, notamment de la part du tissu entrepreneurial. Il y a une reconnaissance certaine de notre implication et nous le ressentons encore fortement. Cette crise a rappelé le véritable rôle de proximité des banques auprès de leurs clients et de ce climat de confiance nécessaire. Les banques ont démontré l'utilité profonde de leur mission. Elles ont été au rendez-vous de l'urgence sanitaire et économique, faisant preuve de responsabilité, d'engagement, de

solidarité et elles continuent aujourd'hui à assurer ce soutien.

Au-delà des différents dispositifs étatiques dans lesquels les banques jouent un rôle majeur, l'activité bancaire est-elle bonne aujourd'hui ?

En règle générale, l'activité bancaire est soutenue et nos opérations de crédits sont en hausse de près de 8 % sur un an dans toute la région Grand Est. Les crédits immobiliers demeurent particulièrement dynamiques au même titre que les crédits aux entreprises, hors des dispositifs étatiques.

Un signe que l'activité économique repart ?

L'économie française et régionale ont résisté à la crise sanitaire. Des signaux forts sont présents pour laisser présager une véritable reprise. Il faut demeurer confiants mais également lucides et prévoyants et surtout anticiper. Les banques se positionnent dans cet état d'esprit pour accompagner au mieux la relance dans les territoires.

Au niveau de la relance, un point important sur le financement des activités dites durables est aujourd'hui mis en avant. Une réalité dans le Grand Est ?

La transition énergétique est bien palpable dans la région. Nous avons d'importants projets dans l'éolien, le photovoltaïque ou encore la méthanisation. À ces secteurs de l'énergie verte s'ajoute le vaste programme de rénovation énergétique des logements, un axe fort de développement que nous ressentons dans la région tout comme ce qui concerne la mobilité durable.

À la transition énergétique s'ajoute la transition digitale aujourd'hui en marche dans tous les secteurs. Au niveau des banques, la période actuelle a-t-elle accéléré les choses ?

Le virage du numérique, du digital, du développement des services en ligne, est aujourd'hui une réalité au sein des organismes bancaires. La crise sanitaire a confirmé que cette évolution était nécessaire, indispensable et vitale pour nos métiers. Le mouvement de la digitalisation s'est fortement accéléré en un an et dans le même temps, cette période a renforcé l'importance de la relation humaine et du contact physique. C'est un tout, le digital et l'humain doivent former un duo efficace.

Propos recueillis par Emmanuel VARRIER

« **L'implication des banques, dès le début de la pandémie, a été majoritairement reconnue, notamment de la part du tissu entrepreneurial.** »

**GROUPE
ILP**
capital investissement

*Entrepreneurs, nous
sommes toujours présents
à vos côtés...*

*...ensemble, relançons
notre économie !*

GROUPE ILP - 3 rue marconi 57070 Metz
03 87 75 93 50 - contact@groupe-ilp.com
www.groupe-ilp.com



PROTECTION

Assurance - Mutuelle : quelle protection pour le chef d'entreprise ? ■

PAS TOUJOURS AISÉ DE DISTINGUER UNE COMPAGNIE D'ASSURANCE D'UNE MUTUELLE, AVEC, EN SUS, UN LABYRINTHE D'OFFRES. QUELLES DIFFÉRENCES ENTRE LES DEUX ? COMMENT SE TRANSPONENT-ELLES À L'ENTREPRISE ? ÉLÉMENTS DE RÉPONSE.

Le concept de mutualisation est fréquent quand on parle d'assurance. Mais il faut bien distinguer entre compagnie d'assurance et mutuelle. La première citée est une société à but lucratif constituée par un ensemble d'actionnaires offrant des services d'assurance à un tiers, professionnel ou particulier, moyennant le versement régulier d'une cotisation. Elle est régie par le Code des assurances. S'agissant d'une mutuelle, elle est centrée sur des prestations de santé et de prévoyance, réglementée par le Code de la mutualité. Les assurés versent une cotisation et s'assurent réciproquement en cas de sinistre. Il s'agit d'une association à but non lucratif. Dans le cas d'une compagnie d'assurance, l'augmentation du montant de la cotisation peut constituer un motif de résiliation du contrat. Rien de tel pour une mutuelle eu égard au principe de mutualisation. Depuis le 1^{er} janvier 2016, une entreprise est dans l'obligation de proposer à ses salariés une mutuelle santé collective. Elle doit d'ailleurs financer au moins 50 % du montant des cotisations. À l'inverse d'une mutuelle individuelle, la complémentaire protège l'ensemble des salariés d'une entreprise. D'une manière générale, l'assurance et la mutuelle ont un seul et même objectif : rembourser partiellement ou totalement des frais de santé qui ne sont pas couverts par l'Assurance maladie. Les contrats d'assurance obligatoires sont imposés par la loi aux entreprises. Leurs prix dépendent du domaine d'activité, du nombre de salariés, du chiffre d'affaires. La non-souscription expose l'entreprise à des poursuites pénales. L'assurance responsabilité civile professionnelle est une assurance étatique obligatoire pour les professions réglementées : droit (avocat, notaire, huissier...), santé (médecins, dentistes, infirmiers...), bâtiment, experts-comptables, courtiers, agences



Les contrats d'assurance et de mutuelle sont la garantie de la bonne marche de l'entreprise et du bien-être des salariés.

de voyages, agents immobiliers. Elle s'applique quant à l'assurance de l'activité, des biens de l'entreprise, de la personne.

PRENDRE LE TEMPS DE LA RÉFLEXION DANS LE CHOIX

Les professionnels du bâtiment doivent souscrire une assurance responsabilité décennale couvrant les dommages constatés sur des travaux livrés pendant 10 ans. Par ailleurs, toute entreprise mettant à la disposition de ses salariés des véhicules professionnels de plus de 5 ans doit souscrire une assurance professionnelle automobile. L'assurance multirisque professionnelle couvre elle la plupart des dommages auxquels les entreprises peuvent faire face. D'autre part, contrairement aux indépendants, la souscription à une assurance pour la responsabilité civile contre les accidents du travail est une obligation légale pour les entreprises. Ce indépendamment

du nombre de salariés. Certains contrats d'assurance n'ont pas de caractère obligatoire, mais ils constituent une protection de plus pour l'entreprise : l'assurance des pertes d'exploitation ou des biens. Sur le volet mutuelle du dirigeant non salarié, celui-ci, au même titre qu'un commerçant, un artisan, un libéral, ne relève pas du régime général de la Sécurité sociale pour ses dépenses de santé, mais du régime social des indépendants. Le chef d'entreprise peut améliorer sa couverture santé en souscrivant une mutuelle individuelle, une mutuelle Madelin, en la faisant souscrire par sa société, en adhérant à la mutuelle mise en place pour ses salariés. Le gérant aura tout intérêt à souscrire une complémentaire santé. Certaines lui permettront de réduire ses impôts. On le voit, dans le registre des assurances comme dans celui des mutuelles, le chef d'entreprise aura souvent besoin d'être conseillé pour faire une comparaison optimale avant de valider son choix qui l'engagera ensuite à plus d'un titre. En l'occurrence, une sereine réflexion s'impose et rien ici ne saurait être pris au hasard. Les responsabilités comme les conséquences sont importantes, à titre individuel et collectif.

« **Le chef d'entreprise peut améliorer sa couverture santé, via une mutuelle individuelle, une mutuelle Madelin, une mutuelle mise en place pour ses salariés.** »

Laurent SIATKA

VOTRE ACTIVITÉ À L'INTERNATIONAL EN TOUTE SÉCURITÉ

Entrependre à l'international n'est pas réservé aux grandes entreprises. De nombreuses PME/PMI se tournent vers l'exportation pour trouver de nouvelles sources de développement.

Développer une activité hors des frontières nationales, c'est aussi s'exposer à des risques nouveaux qui peuvent fragiliser ou mettre en cause la pérennité de l'entreprise.

La gestion de ces risques passe notamment par l'accompagnement d'un assureur spécialisé qui saura mettre en place les couvertures adaptées.

Bénéficiez de l'expertise d'un assureur spécialiste des risques à l'international

- **Une analyse approfondie des risques de l'entreprise :** activités, pays concernés, modes de distribution (en direct, via des distributeurs ou des implantations).
- **La rédaction d'un programme d'assurance complet adapté** à vos activités et à vos projets de développement à l'international.
- **Une analyse comparative** avec les solutions en place.
- **Un accompagnement** dans la souscription et la gestion de vos contrats d'assurance.

03 83 40 18 23

info@hinault-assurances.com
11 bis av. de Boufflers 54000 Nancy
Orias n°07013455 - Agent général



Jean-Claude Hinault
assurances



CROWDFUNDING

Un nouveau mécanisme proposé par les banques en ligne ■

LES BANQUES EN LIGNE ONT ÉTÉ CRÉÉES POUR PROPOSER UN SERVICE BANCAIRE TOTALEMENT DÉMATÉRIALISÉ. ELLES SE DISTINGUENT DES BANQUES CLASSIQUES PAR LEURS SOLUTIONS INNOVANTES ET LEURS PRIX COMPÉTITIFS. ALLIANT PERFORMANCE ET TECHNOLOGIE, CES NOUVEAUX OPÉRATEURS BANCAIRES ONT DÉVELOPPÉ DES MÉCANISMES DE FINANCEMENT PARTICIPATIF DONT NOTAMMENT LE CROWDFUNDING. LA QUESTION QUI SE POSE EST DONC DE SAVOIR : COMMENT LES BANQUES EN LIGNE INTÈGRENT-ELLES LE MARCHÉ DU CROWDFUNDING ?

Le Crowdfunding ou le «financement participatif». Il s'est développé suite aux effets de la crise financière de 2008 puis grâce à l'apparition des nouvelles technologies de l'information et de la communication. En France, le Crowdfunding est régi par l'ordonnance n° 2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif. Le nouveau mécanisme s'articule autour d'une opération tripartite à savoir : d'une part un porteur de projet visant à collecter des fonds et de l'autre une plateforme virtuelle intervenant en tant qu'intermédiaire et enfin un investisseur en tant que donateur, prêteur ou acquéreur. L'idée est de collecter des fonds auprès du public pour financer un projet innovant. Il s'agit d'une levée de fonds réalisée via une plateforme en ligne dédiée à cet effet. Sa commission prend en principe la forme d'un pourcentage des fonds récoltés.

UNE DIVERSITÉ DES TYPES DE CROWDFUNDING

Les banques en ligne, proposant le mécanisme de Crowdfunding, ont généralement noué des partenariats avec des plateformes spécialisées en la matière. Les secteurs éligibles au financement participatif englobent tant le commerce que les services, l'environnement, la technologie et l'immobilier. Le financeur d'un projet, qui est un client de la banque virtuelle, peut choisir entre plusieurs types de financement. En plus d'un financement par le don Crowdfunding, l'investisseur peut opter pour le prêt avec ou sans intérêts Crowdlending. L'absence d'une contrepartie en matière de don et d'un prêt à taux zéro s'explique par le caractère libéral de ces transactions. Il peut également participer au capital d'une entreprise Crowdequity. En ce sens, la prise de participation prend la forme soit des obligations portant sur des titres



Le crowdfunding, une des solutions innovantes proposées par la banque en ligne.

de prêt accordés à l'entreprise soit des actions représentant une fraction du capital social. En l'occurrence, le retour sur investissement peut varier entre le versement des dividendes dans le cadre des actions ou le paiement des intérêts lors des prêts rémunérés et des obligations.

QUELQUES BANQUES EN LIGNE PROPOSENT DU CROWDFUNDING

Fortuneo, filiale du Crédit Mutuel Arkéa, est la première banque en ligne à proposer le mécanisme de Crowdfunding en France. Pour ce faire, la banque en ligne a noué un partenariat avec la plateforme de Crowdfunding SmartAngels. Pour Fortuneo, ce rapprochement s'explique en grande partie par la volonté de ses clients d'investir d'une façon simple transparente et sécurisée dans l'économie réelle. Le partenariat s'inscrit pleinement dans sa stra-

tégie de croissance lui permettant d'élargir ses services proposés à sa clientèle. Par ailleurs, le contrat prévoit une clause d'exclusivité pour partager les commissions générées entre les deux partenaires. La banque en ligne de BNP Paribas «Hello Bank !» propose désormais aux TPE-PME le mécanisme de Crowdlending fondé sur le prêt. Le service est proposé par la plateforme : Credit.fr, acteur majeur du financement participatif en France. Le présent outil permet aux entreprises de collecter les fonds nécessaires à leurs projets. Le financeur de projet peut prêter entre 50 et 2000 euros par projet pour une rémunération de 2,40 % à 8,80 %. Les fonds sont bloqués pour une période de 12 à 60 mois. Pour finir, le recours des banques en ligne au Crowdfunding s'explique en grande partie par la volonté d'adapter leurs services aux attentes des usagers bancaires. L'optique est de faire vivre un projet via une solution simple et créative.

SA

**LE BON MOMENT POUR SE LANCER
DANS UN PROJET, C'EST QUAND
ON A TROUVÉ LE BON PARTENAIRE.**



**Une banque de proximité,
c'est essentiel.**

**BANQUE POPULAIRE
ALSACE LORRAINE CHAMPAGNE**





COMMUNICATION

Assurance et entreprise : le lien passe par l'innovation ■

INVESTISSANT TOUS LES CHAMPS D'ACTIVITÉ ET LES SPHÈRES PROFESSIONNELLES, LA COMMUNICATION EST DEVENUE LE FER DE LANCE DE TOUTE STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING. LE SECTEUR DES ASSURANCES N'Y ÉCHAPPE PAS. IL Y A LÀ DE GRANDES POTENTIALITÉS À DÉVELOPPER. AVEC EN TOILE DE FOND, LA DÉSORMAIS INCONTOURNABLE DIGITALISATION. ICI, COMME AILLEURS, LA RELATION VERS LES ENTREPRISES FAIT SA MUTATION.

Le secteur de l'assurance se situe à un carrefour, où ses choix stratégiques vont dessiner son futur : optimiser sa communication et accélérer sa transition numérique. Son évolution récente a été marquée par de multiples fusions, acquisitions, changements de dénomination, de dimension, d'objectifs, d'organisation et un morcellement du marché, avec l'émergence de nouveaux acteurs. Ces bouleversements ont engendré une certaine confusion, entraînant souvent un manque de repères et de visibilité du public, dans une branche à la compétition intense. Ainsi, le besoin des compagnies d'assurance à acquérir une meilleure lisibilité s'est imposé à elles. L'actuel engouement des assureurs pour la publicité n'est pas le fruit du hasard. Objectif : se démarquer de la concurrence en affirmant une identité forte et un message plus attractif, en phase avec les tendances sociétales. Par effet d'émulation, toutes les compagnies se sont lancées dans une course à l'image : de sprint et de fond à la fois. Ce regain d'intérêt remonte à la fin des années 90, période de crise

mise à profit pour susciter une dynamique de relance d'un secteur en mal de reconnaissance. Trente ans plus tard, les enjeux restent les mêmes : élaboration de l'image et simulation des ventes.

UN VIRAGE INÉVITABLE

Aujourd'hui, les principaux thèmes de communication des assureurs sont l'épargne retraite, l'automobile (le premier poste de l'investissement global), la santé et les assurances obsèques, la campagne institutionnelle. Les moyens de promotion publicitaire sont multi-canaux : télévision, radio, presse écrite, affichage, publications, internet. L'avènement du web a modifié la donne et ouvert de nouvelles perspectives, aux horizons encore indéfinis. Sont alors entrés dans le processus des communicants de l'assurance, les termes e-marketing et e-mailing. La grande affaire des temps présents, outre la Covid-19, c'est la digitalisation des modes de fonctionnement des entreprises. La relation client est le premier secteur



Le secteur de l'assurance mise sur le digital pour renforcer la proximité virtuelle/physique.

dans les assurances à être touché par la transformation numérique. En filigrane, cela engendre de nouveaux usages, de nouveaux services, de nouveaux modes d'engagement, de nouveaux modes de consommation. Ce levier s'avérera un atout déterminant dans l'acquisition et la fidélisation des clients et la réduction des coûts. Comme pour le service aux particuliers, celui dédié aux entreprises doit reposer sur une complémentarité entre online et offline, physique et virtuel. Le volume d'affaires généré par internet va croître dans les années à venir. Avec lui, un besoin d'accompagnement des dirigeants. En somme, et cela rassure, le contact humain aura toujours la primauté.

Laurent SIATKA

« **Innovation, expertise, proximité : le triumvirat de l'assurance à l'heure des échanges dématérialisés** »

Le digital et l'assurance en quelques chiffres ■

- 1 Comme le million de visiteurs par jour se connectant au moins à un site d'assurance, plus de 7 minutes en semaine et plus de 5 minutes pendant le week-end.
- 90 % Les assureurs proposant sur leur site web une prise de rendez-vous avec un conseiller.
- 40 % Les assureurs ayant un service de géolocalisation pour faciliter la venue des clients en agence.
- 20 % Les internautes ayant déjà souscrit en ligne (52 % une assurance auto, 44 % une assurance habitation, 24 % une assurance santé).
- 41 % Comme le taux d'internautes souhaitant changer d'assureur et souscrire leur contrat en ligne, quand 30 % tiennent à se rendre en agence.
- 26 % Les internautes ayant déclaré un sinistre en ligne satisfaits de la gestion de leur dossier, mieux que le courrier.
- 54 % Les internautes prêts à partager leurs données de conduite avec leur assureur, 46 % celles relatives à leur domicile et 43 % leurs informations de santé.
- 62 % Les assureurs diffusant des avis clients.
- 75 % Les assureurs présents sur YouTube et Twitter et 72 % sur Facebook.

Avec ma
MUTUELLE
santé
C'EST ZEN
toute
L'ANNÉE



PROTECTION
SOCIALE
DES DIRIGEANTS
ET DE LEURS
SALARIÉS



CYBERCRIMINALITÉ

Quand l'entreprise active ses pare-feux ■

VOL DE DONNÉES, USURPATION D'IDENTITÉ, FRAUDE À LA CARTE BANCAIRE... POUR UNE ENTREPRISE, LES PIÈGES LIÉS À L'AUGMENTATION DE LA CYBERCRIMINALITÉ SONT NOMBREUX ET PEUVENT AVOIR DE LOURDES CONSÉQUENCES. DU BON SENS ET DE LA VIGILANCE EN AMONT, JUSQU'ÀUX MOYENS POUR RÉPARER LES CONSÉQUENCES D'UNE FAILLE, LE CHEF D'ENTREPRISE N'EST PAS SEUL. IL CONVIENT ICI DE SENSIBILISER SES COLLABORATEURS. CAR ON NE PARLE PAS ICI DE SCIENCE-FICTION.



La clé de voûte de la sécurité informatique est la protection du mot de passe.

Avec l'émergence d'internet, les méthodes ne manquent pas pour s'attaquer aux données de l'entreprise. Parmi les armes privilégiées par les cybercriminels pour mener leurs attaques, le vol de mot de passe. Hameçonnage (phishing), faux site internet, faux réseau wifi, clé USB infectée : autant de malveillances pour voler ou chiffrer des données contre rançon, nuire à un système informatique. L'un des canaux utilisé est celui des réseaux sociaux, avec un véritable travail en amont, pour connaître les centres d'intérêt de personnes appartenant à une entreprise, afin de leur envoyer un mail ciblé leur permettant d'entrer dans le système de l'entreprise et d'y voler les données. Autre fléau : la technique consistant à envoyer des e-mails avec l'adresse de l'expéditeur falsifiée. On imagine les conséquences quand l'entreprise traite les données des clients, employés ou collaborateurs, telles que l'adresse, le numéro de téléphone, une copie d'un document

d'identité. Toutes les données sont utilisées pour le vol d'identité. Pour le chef d'entreprise, il est essentiel de comprendre comment les protéger. Ces stratégies de protection sont recommandées plus particulièrement aux professionnels des RH et services comptables : former les employés sur la gestion et la protection appropriées des données sensibles, appliquer systématiquement toutes les politiques et procédures de sécurité informatique.

LES SOLUTIONS EXISTENT

En cas d'usurpation d'identité, il faut contacter le service de sécurité ou anti-fraude de sa banque, y compris celui des sociétés de cartes de crédit, pour faire une demande immédiate de retour de fonds. Également, déposer plainte auprès des services de police et de gendarmerie, signaler l'escroquerie sur le web, via la plateforme Pharos. Enfin, modifier les mots de passe de tous les comptes en ligne, en com-

mençant par ceux liés aux informations bancaires. Pour parer ces attaques, la clé de voûte est la sécurisation du mot de passe : huit caractères minimum avec une difficulté d'approche, changement régulier (90 jours maximum), recours à un coffre-fort électronique crypté. Mais aussi, mettre à jour ses logiciels en temps et en heure, utiliser le réseau wifi public et les sites officiels des éditeurs, sauvegarder ses données sur un support (disque dur externe), débrancher la clé USB, installer un antivirus et un firewall (à mettre à jour également). Et il y a le bon sens, ne jamais liurer de coordonnées, d'informations critiques en ligne, quant à des demandes émanant de copies d'établissements institutionnels. Dans le cas d'une fraude à la carte bancaire, trois réflexes : immédiatement informer sa banque pour faire opposition (ou le numéro interbancaire au : 0 892 705 705), confirmer l'opposition le plus rapidement possible par courrier à l'agence bancaire ou venir y signer une déclaration de fraude à la carte bleue, signaler en ligne via Perceval ou porter plainte au commissariat ou à la gendarmerie. Face à la cybercriminalité, il existe des solutions humaines et techniques probantes, éprouvées et réactives, pour soutenir l'entreprise, dans la prévention, les recommandations et la gestion post-attaque.

Laurent SIATKA

Les arnaques à l'entreprise ■

En 2020, la plateforme d'assistance cybermalveillance.gouv.fr a enregistré 105 000 demandes d'assistance. 10 % émanaient des entreprises. Celles-ci ont sollicité la plateforme pour de la rançongiciels, du piratage informatique et de compte. D'autres questions ont concerné l'usurpation d'identité, les virus, la violation de données, l'hameçonnage, de faux supports techniques et ordres de virement.

« En cas de doute sur l'envoi d'un mail relatif à une banque ou un organisme institutionnel, la meilleure solution est le contre-appel immédiat, pour vérifier la véracité du contact. »

VOUS ÊTES LES MOTEURS DE L'ÉCONOMIE



NOUS VOUS AIDONS À ACCÉLÉRER LA RELANCE.

INNOVATION, TRANSITIONS NUMÉRIQUES ET ÉCOLOGIQUES,
RECHERCHE DE NOUVEAUX MARCHÉS EN FRANCE ET
À L'INTERNATIONAL : DÉCOUVREZ TOUTES NOS SOLUTIONS
D'ACCOMPAGNEMENT, NOTAMMENT LE PRÊT PARTICIPATIF RELANCE,
POUR RÉPONDRE À VOS NOUVEAUX DÉFIS.

AGIR CHAQUE JOUR DANS VOTRE INTÉRÊT
ET CELUI DE LA SOCIÉTÉ



Les solutions d'accompagnement proposées sont soumises à conditions et accordées sous réserve d'étude et d'acceptation par votre Caisse régionale de Crédit Agricole, prêteur. Le Prêt Participatif Relance, destiné aux PME et aux ETI, est soumis à des critères d'éligibilité et à des conditions spécifiques au dispositif fixés notamment par la réglementation. Pour plus d'informations, renseignez-vous auprès de votre Caisse régionale, prêteur.

Édité par Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel de Lorraine. Société coopérative à capital variable. Agréée en tant qu'établissement de crédit. Société de courtage d'assurances 775 616 162 RCS, METZ. Siège social : 56/58 avenue André Malraux 57000 METZ. Immatriculée au registre des Intermédiaires en Assurance sous le numéro 07022719. Adresse postale : CS 71700 54017 NANCY CEDEX - com1897-06/21

100% HUMAIN
100% DIGITAL



 APPLICATION
Ma banque

www.credit-agricole.fr/ca-lorraine



NUMÉRIQUE

Les « Assistants Virtuels Intelligents » en renfort de l'humain ■

LES BANQUES ET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, UN MARIAGE DE LONGUE DURÉE ! APRÈS LES « SIMPLÉS » ASSISTANTS VOCAUX, LES CHOSSES S'ACCÉLÈRENT DANS L'UNIVERS BANCAIRE EN MATIÈRE D'AVI (ASSISTANT VIRTUEL INTELLIGENT). LIMITÉS HIER À LA DIVULGATION D'INFORMATIONS ET CONSEILS PRATICO-PRATIQUES, CES EFFECTIFS VIRTUELS GAGNENT DES PANS D'INTERVENTION PLUS POINTUS. DE LA RECOMMANDATION FINANCIÈRE EN PASSANT PAR LA GESTION DE PORTEFEUILLES OU ENCORE LE TRADING, ILS FONT PARTIE INTÉGRANTE DES ÉQUIPES DES BANQUES. PRÉSENTÉS COMME UN ATOUT DANS LA RELATION CLIENT PAR LES BANQUES, ILS PERMETTENT AUX COLLABORATEURS « HUMAINS » DE SE FOCALISER SUR LEUR CŒUR DE MÉTIER VERSION VALEUR AJOUTÉE. UNE (R)ÉVOLUTION DANS L'AIR DU TEMPS QUI ENTRAÎNE TOUT DE MÊME CERTAINES INTERROGATIONS.

 Pas loin de 300 collaborateurs, un réseau de près de 200 agences dans le Grand Est et une soixantaine d'AVI. AVI pour Assistant Virtuel Intelligent, en d'autres termes des robots ! « Nous développons depuis plusieurs années ces AVI afin d'automatiser certaines activités à faible valeur ajoutée de nos collaborateurs et ainsi les exécuter à leur place pour qu'il se concentre sur la relation client. » À l'occasion de la présentation des résultats annuels en mai dernier, le directeur général d'un groupe bancaire régional confirme que l'ère des banques version e-robot est bien une réalité et non plus de la science-fiction. « Dans les années à venir, les AVI auront autant d'importance dans notre secteur d'activité qu'aujourd'hui dans des domaines comme l'industrie. Dans le cadre de cette mutation technologique sans précédent et face à l'évolution des besoins de nos clients, nous nous employons à répondre au double défi du maintien d'un réseau d'agences de proximité et du développement de la banque digitale. » L'intelligence artificielle au service du client et au renforcement de l'importance de l'humain !

CHABOTS, VOICEBOTS ET LES AUTRES...

« Nous digitalisons nos offres et nos parcours clients pour les rendre plus simples et plus fluides. Nous développons nos



L'utilisation des AVI (Assistant Virtuel Intelligent) se démocratise de plus en plus au sein des organismes bancaires. Objectif : mettre en place une relation client optimale.

canaux à distance, renforçons l'efficacité de notre centre de relation client et développons une connaissance fine de notre clientèle. La part de nos clients ayant utilisé au moins un canal digital dans l'année frôle les 80 %.» Les assistants bancaires et les simulateurs en ligne, les chabots et autre voicebots (pour les initiés) visant notamment à la compréhension des offres et des produits des services financiers sont déjà largement utilisés (la crise sanitaire et les différents confinements de l'an passé et de ce début d'année ont d'ailleurs renforcé leur utilisation). Actuellement, les choses vont beaucoup plus loin. Recommandations financières, courtage en ligne, gestion de portefeuilles sont aujourd'hui le champ d'intervention de cette grande famille des AVI. « C'est ce que nous appelons notamment le robo-advise ou conseil automatisé. Ce sont des applications fournissant ce type de services avec une intervention humaine très limitée voire quasiment inexistante. Ces robo-adviseurs se fondent

« Dans les années à venir, les AVI auront autant d'importance dans notre secteur d'activité que dans l'industrie. »

Un directeur général d'un groupe bancaire régional.

sur le profil du client, déterminé au moyen d'un questionnaire que ce dernier doit remplir, tenant compte de l'historique de ses transactions pour lui allouer un portefeuille compatible avec son profil de risque, lui conseillant, en fonction de l'évolution des marchés ou encore de prendre certaines décisions d'investissement», explique un professionnel de l'IA du secteur bancaire. Plus qu'une tendance aujourd'hui, les AVI s'intègrent entièrement aux équipes des organismes bancaires s'affichant comme des collaborateurs, presque, à part entière.

Emmanuel VARRIER

Pour une relation client optimale ■

L'utilisation de plus en plus démocratisée des AVI (Assistant Virtuel Intelligent) s'affiche comme une priorité pour les organismes bancaires ! Dans le virage digital, l'objectif principal des banques est d'améliorer et d'offrir une relation client optimale. L'alliance des solutions digitales issues de l'intelligence artificielle et des compétences humaines des collaborateurs doivent logiquement y aboutir. Le tout avec un processus réglementé et contrôlé en matière de protection des données. Et c'est peut-être là que le bât pourrait blesser dans les années à venir...





**Partners
Finances**



L'équipe du département Professionnel est à votre écoute pour soutenir votre activité

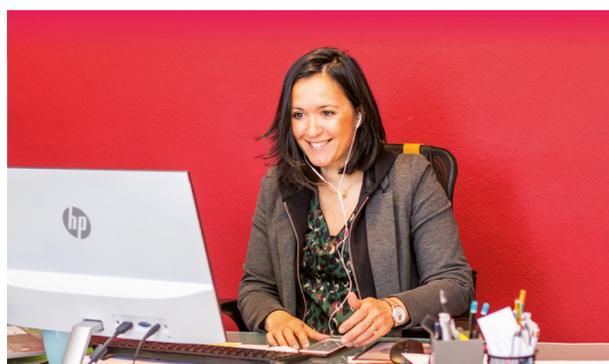
Avec la pandémie mondiale qui a déstabilisé l'environnement économique, une multiplication de faillites d'entreprises, en grande partie évitées au plus fort de la crise, grâce au soutien des Etats, risque malheureusement d'avoir lieu.

Le nombre de dépôts de bilan tend à croître par rapport au niveau de 2020 ; en particulier au sein des secteurs les plus frappés par la pandémie tel que celui du CHR, et des loisirs comme de la culture. Les PME les plus fragiles ont également été frappées de plein fouet.

Les taux d'endettement des entreprises ont explosé.

Face à l'urgence de la crise, bon nombre d'entreprises ont opté pour le Prêt Garanti par l'Etat, mis en place comme dispositif de soutien. Les PGE et reports d'échéances fiscales et sociales ont pu soulager temporairement la trésorerie des entreprises. Seulement, cette aide instantanée n'en reste pas moins une charge supplémentaire rajoutée à chaque société qui en a bénéficié.

Notre équipe Partners Finances, acteurs du terrain spécialisés dans la recherche de financement notamment pour les professionnels, vous propose, en complément, un dispositif apportant des ressources supplémentaires dès à présent et de manière durable et sans endettement.



Afin de vous aider à :

- sécuriser votre trésorerie
- décaisser de la trésorerie
- anticiper les difficultés de paiement et défaillances clients

Nous continuons évidemment d'être à votre disposition pour tout autre type de financement dont vous auriez besoin :

- installation sous franchise,
- création d'entreprise
- reprise d'entreprise, de fonds de commerce
- rachat de parts sociales,
- rachat de patientèle
- acquisition de murs pro,
- achat de matériel,
- trésorerie,
- croissance externe

N'HÉSITEZ PAS À NOUS CONTACTER :

professionnel@partners-finances.com ou par téléphone : **03 83 18 18 70**



LE HUB DE LA FFA

Un espace d'innovation dédié aux assureurs ■

EN ACTIVITÉ DEPUIS SEPTEMBRE 2018, LE HUB DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE L'ASSURANCE (FFA) EST UNE PLATEFORME D'ÉCHANGE ET D'INNOVATION DÉDIÉE À L'ASSURTECH. CET ÉCOSYSTÈME, QUI MET EN RELATION LES JEUNES POUSSÉS ET LES ÉQUIPES DE LA FFA, CONTRIBUE AU DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS ET SERVICES D'ASSURANCE INNOVANTS. ZOOM SUR LE RÔLE ET LES SERVICES PROPOSÉS PAR L'INCUBATEUR.

La Fédération Française de l'Assurance (FFA) est considérée comme le principal organisme représentant les compagnies d'assurance au niveau national. Fondée il y a environ cinq ans, celle-ci rassemble, au sein du même organisme, la Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA), mais aussi le Groupement des entreprises mutuelles d'assurance (GEMA). Elle regroupe environ 246 entreprises d'assurance et de réassurance exerçant en France, soit plus de 99 % du marché. Par ailleurs, la FFA a comme principales missions de préserver les champs économique et social liés à l'activité, mais aussi de représenter les intérêts du secteur vis-à-vis des pouvoirs publics, des différents partenaires ainsi que des médias. Elle s'occupe de l'établissement des données statistiques essentielles de la profession et de leur diffusion auprès des partenaires et des médias. Par ailleurs, le syndicat a également pour rôle de promouvoir les actions de prévention et la formation. Présidée par Florence Lustman, la fédération regroupe plusieurs instances de décision, dont l'Assemblée Générale, le Conseil exécutif et le Comité de présidence. De plus, elle dispose de deux instances de concertation : le Conseil de l'assurance et les Commissions permanentes. La structure s'appuie sur un réseau de correspondants et de représentants afin de partager ses messages au niveau de l'hexagone tels que les directeurs de délégations régionales d'entreprises d'assurances, les délégués du CDIA (Centre



Le Hub vise à susciter des collaborations innovantes au service des assurés et des assureurs.

de documentation et d'information de l'assurance), les coordinateurs risques naturels, les ambassadeurs des métiers de l'assurance et les clubs régionaux d'assurances de personnes.

LE HUB PROPOSE UN ACCOMPAGNEMENT EFFICACE POUR LES JEUNES POUSSÉS

Le Hub de la FFA est un incubateur de jeunes entreprises opérant dans le secteur de l'assurance. Basé au sein des locaux de la FFA dans un espace de 250 m², celui-ci a pour vocation d'accompagner les start-up, développer des produits et des services innovants, mais aussi favoriser les échanges entre les acteurs du secteur et de leur permettre de mieux comprendre le marché des assurances. Il permet également aux entreprises hébergées d'être en contact avec les professionnels du secteur et de bénéficier de l'expertise des collaborateurs de la FFA et aux assureurs de répondre aux enjeux de transformation du secteur. Le Hub accompagne les

évolutions technologiques induites par le digital afin de développer de nouveaux produits et services innovants. D'autre part, les jeunes pousses incubées sont accueillies gratuitement par l'écosystème et bénéficient d'un accès aux différentes salles de réunion afin de recevoir les prospects et les clients. Le Hub dispose d'un espace central réservé aux conférences et aux événements, deux espaces de co-working et un Hub café. L'incubateur offre aux start-up l'opportunité d'avoir des contacts qualifiés, dès les premières années de leur existence et d'obtenir leurs premiers rendez-vous, et ce, lors des rencontres, des pitches, des sessions de networking organisés régulièrement par la FFA. Il favorise l'échange et le dialogue entre les start-up hébergées, ce qui leur permet de partager des idées et d'accéder à des compétences. Géré par la direction Digital et Innovation de la Fédération Française de l'Assurance, le Hub héberge actuellement 10 start-up. Il est considéré comme le laboratoire d'innovation des assureurs. Celui-ci continue toujours de séduire les jeunes pousses.

MH





NUMÉRIQUE

Le digital révolutionne le monde de l'assurance ■

CES DERNIÈRES ANNÉES, LE DIGITAL S'EST IMPOSÉ DANS TOUS LES SECTEURS D'ACTIVITÉS ET LES ASSURANCES N'Y ÉCHAPPENT PAS. EN EFFET, LES ASSUREURS SE TROUVENT DEVANT L'OBLIGATION D'INNOVER POUR POUVOIR S'ADAPTER AUX NOUVEAUX COMPORTEMENTS DES CLIENTS QUI ONT PARFAITEMENT INTÉGRÉ LE NUMÉRIQUE DANS LEUR VIE QUOTIDIENNE.

Aujourd'hui, il est impératif aux acteurs de l'assurance d'être à la pointe de la technologie et de se munir des outils nécessaires afin de proposer à leur clientèle des services de plus en plus innovants et performants. Les assureurs désirant s'imposer sur le marché doivent repenser leurs offres traditionnelles et développer des solutions attractives et parfaitement adaptées à un public qui apprécie les nouvelles technologies et les utilise au quotidien. À noter que les coûts investis dans la transformation numérique peuvent être largement compensés par les débouchés qu'elle offre.

LES AVANTAGES OFFERTS PAR LE DIGITAL

Le digital répond aux problématiques des assurances au travers de nombreux avantages notamment une expérience client améliorée grâce à des offres personnalisées. Tant pour les start-up que pour les géants de l'assurance, le numérique aide à créer un lien plus solide entre l'entreprise et le client et à enrichir l'expérience de ce dernier. Les différents outils digitaux contribuent à la création d'une stratégie commerciale forte et à accentuer la lisibilité des offres auprès des utilisateurs. Pour les assureurs, ceci permet de renforcer la relation avec les assurés et pouvoir communiquer avec eux tout au long du cycle de vie du contrat. On citera à titre d'exemple la mise en place d'un extranet permettant aux assurés d'avoir accès à

l'ensemble des éléments de leur contrat, de déclarer et suivre un sinistre et d'effectuer leur règlement directement. Néanmoins, il est important de souligner que la transformation digitale nécessite également un changement en interne. Les équipes doivent être prêtes et suffisamment formées pour intégrer le numérique dans leur métier. Au-delà de l'utilisation des supports virtuels, l'adoption de cette pratique passe aussi par la réactivité des assureurs et l'automatisation du processus de gestion pour gagner en productivité et offrir un meilleur suivi pour chaque client. Soulignons par ailleurs que malgré tous les atouts et la personnalisation des services offerts par le digital, le lien humain reste indispensable.

CONSTRUIRE L'ASSURANCE DU FUTUR AVEC L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Parmi les dispositifs contribuant à la digitalisation du secteur de l'assurance, on peut citer le déploiement des plateformes de gestion de contenu qui reposent sur l'intelligence artificielle (IA). Ces dernières assistent les assureurs dans leurs efforts de modernisation et les aident notamment à automatiser la détection des fraudes. Ceci en analysant la photo d'un véhicule impliqué dans un accident et l'utiliser pour lire le numéro d'immatriculation. Cette photo peut également être comparée pour détecter si elle a déjà été utilisée dans un précédent sinistre. Le système



La mise en place d'outils digitaux permet aux assureurs de proposer une offre sur mesure.

est également en mesure de réaliser une étude basée sur les informations récoltées en vue de déterminer une estimation des réparations. En outre, l'activité des assureurs s'appuie considérablement sur l'analyse des données visant à définir les profils risques, établir des statistiques sur les sinistres, limiter les fraudes et optimiser les dépenses. Grâce au digital, les acteurs du secteur peuvent récolter les informations des clients à travers les réseaux sociaux notamment les préférences et les habitudes d'achat. D'autre part, disposer de tous les renseignements relatifs à un client permet d'optimiser les interactions avec lui, ce qui va considérablement améliorer son expérience et permettra de l'approcher d'une manière plus personnalisée. D'où la nécessité de l'exploitation maximale de la technologie numérique combinée à une présence humaine au moment qui compte pour le consommateur.

AB

Christophe VINCENT

Agent Général AXA - 43 Place de la Carrière - Nancy

SPECIALISTE DE L'ASSURANCE DES ENTREPRISES ET DES PROFESSIONNELS

- Protection du dirigeant et de ses salariés
- Protection de l'activité

agence.vincennancy@axa.fr
03.83.32.88.79





VOUS ÊTRE **UTILE**

Ajoutez à votre sens du commerce
celui du **e-commerce.**

 **IZ** e-commerce

Une solution tout-en-un pour créer votre site e-commerce.

Rendez-vous en agence ou sur www.caisse-epargne.fr/izecommerce*.

* Coût de connexion selon votre fournisseur d'accès Internet.

Caisse d'Épargne et de Prévoyance Grand Est Europe, Banque coopérative régie par les articles L.512-85 et suivants du Code Monétaire et Financier, société anonyme à Directoire et Conseil d'Orientation et de Surveillance au capital de 681.876.700 € - siège social à STRASBOURG (67100), 1, avenue du Rhin - 775 618 622 RCS STRASBOURG - immatriculée à l'ORIAS sous le n° 07 004 738 - Crédit photo : GettyImages



CAISSE D'ÉPARGNE
GRAND EST EUROPE