assurer tous les avenirs



rapport **annuel** 2013





s o m m a i r e

Groupe



assurer tous les avenirs

 $\begin{array}{ccc} \bigcirc 4 - \bigcirc 7 & \begin{array}{c} \mathsf{profil} \\ \textbf{du Groupe} \end{array}$

regards croisés
Jean-Paul Faugère
et Frédéric Lavenir

12-13 une gouvernance efficiente

14-17 2013, une année de création de valeur

Activité



quatre axes stratégiques

20-25 au plus près des Français avec nos partenaires de bancassurance
26-31 un modèle ouvert pour l'Europe

32 - 37 avec nos partenaires au cœur de la protection sociale

38-43 une dynamique de croissance en Amérique latine

Responsabilité



CNP Assurances s'engage

46-53 pour une économie durable

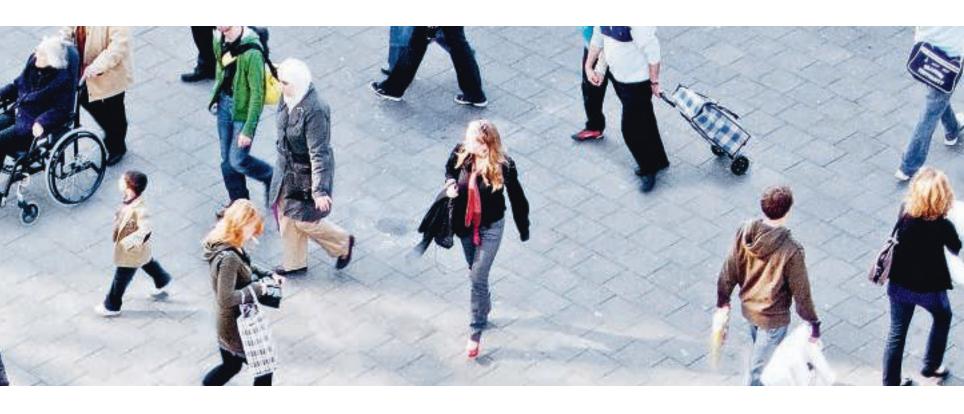
54-57 pour une entreprise attractive

58-61 pour une société solidaire

62-63 tout savoir sur CNP Assurances



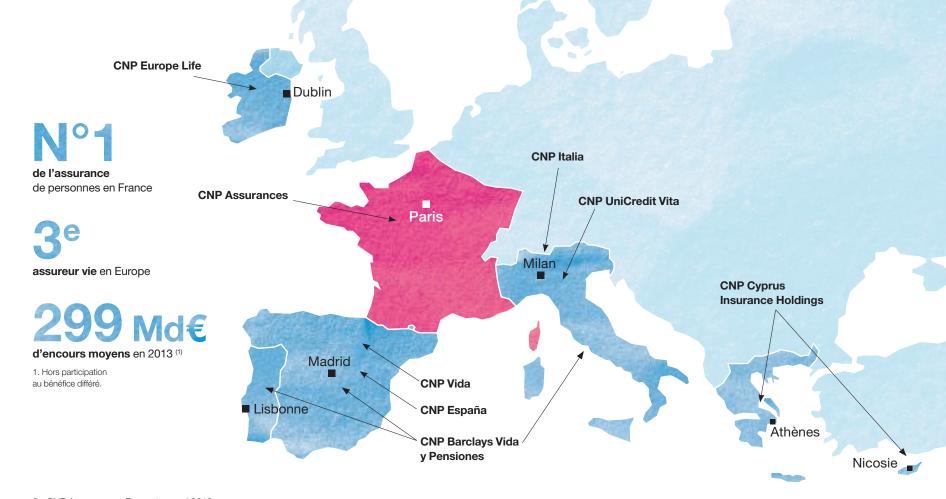
Nos vies sont exposées à de multiples changements. Ces changements, CNP Assurances les anticipe pour apporter à tous les solutions de prévoyance et d'épargne les plus justes et mieux protéger l'avenir de chacun.



assurer tous les avenirs

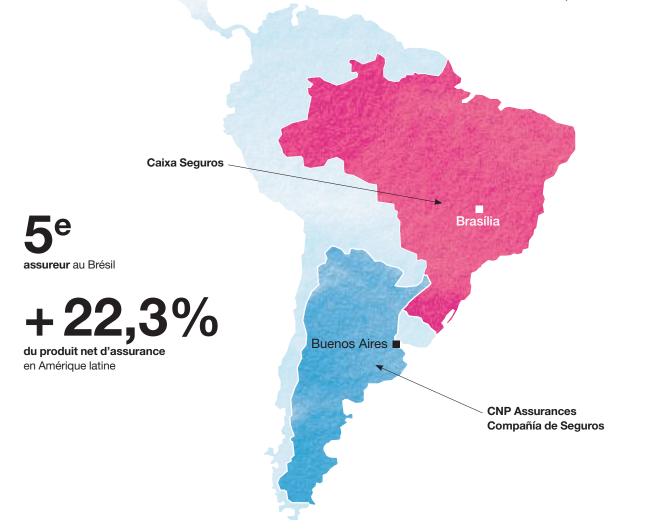
une position de leader en France

au cœur d'un marché européen riche et mature



une position forte au Brésil

sur un marché sud-américain en croissance rapide



DANS LE MONDE

27 millions

d'assurés en

prévoyance et protection (2)

14 millions

d'assurés en épargne et retraite (3)

4800

collaborateurs

- 2. Protection : santé, assurance emprunteur.
- Estimation pour partie fondée sur le nombre de contrats sous gestion, arrondie au chiffre supérieur.



regards croisés Jean-Paul Faugère Frédéric Lavenir

LES BONNES PERFORMANCES DU GROUPE EN 2013 MANIFESTENT À LA FOIS LA SOLIDITÉ ET LA CAPACITÉ D'ÉVOLUTION DU MODÈLE CNP ASSURANCES, EN LIGNE AVEC SES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES.

Vous avez présenté les résultats 2013 aux actionnaires, que retenez-vous de cette année?

Frédéric Lavenir - Je retiens une belle dynamique. Elle se lit dans le chiffre d'affaires, qui progresse de 4,6 %, et dans le résultat net part du Groupe, qui dépasse 1 milliard d'euros. Au-delà, je retiens trois

tendances marquantes. Tout d'abord, la montée des segments à forte valeur ajoutée et l'augmentation significative de nos marges sur affaires nouvelles illustrent la logique de création de valeur qui gouverne nos choix. Ensuite, le renforcement de notre position au Brésil traduit notre engagement fort et durable en Amérique du Sud et notre

potentiel de croissance. Conformément à la tradition de CNP Assurances, notre volonté est d'allier prudence et rendement dans un environnement financier en mutation. Je retiens par-dessus tout la mobilisation des équipes de CNP Assurances pour soutenir notre performance et commencer à déployer nos priorités stratégiques.

« Notre premier devoir est d'être une référence en matière de sécurité à long terme comme nous l'avons toujours été dans notre histoire. »



« Le renforcement de notre position au Brésil traduit notre engagement fort et durable en Amérique du Sud et notre potentiel de croissance. »

FRÉDÉRIC LAVENIR directeur général

À propos des priorités stratégiques, où en êtesvous avec vos deux grands réseaux partenaires?

Jean-Paul Faugère - Le conseil d'administration est très attaché à la première des orientations stratégiques : la relation avec La Banque Postale, d'une part, et le groupe BPCE, d'autre part. Nos accords de distribution viennent à échéance le 31 décembre 2015, ainsi que le pacte d'actionnaires qui les unit à la Caisse des Dépôts et l'État. Les dossiers de nos deux partenaires ne se présentent pas de la même façon. Nous entendons, avec l'un comme avec l'autre, définir la façon la plus adaptée de construire un avenir créateur de valeur dans une perspective de moyen et long terme. Le directeur général peut compter sur l'appui déterminé du Conseil pour avancer en ce sens.

Frédéric Lavenir - Le modèle de bancassurance partenarial est un modèle d'avenir. Il nous revient de démontrer, dans les discussions à venir sur l'après 2016 avec nos grands partenaires bancaires, notre capacité à renouveler ce modèle, en cohérence avec nos priorités stratégiques – notamment le développement des segments les plus créateurs de valeur. Tel est l'esprit dans lequel nous travaillons!

Quels sont les atouts de CNP Assurances pour relever les défis liés à l'allongement de la durée de la vie?

Frédéric Lavenir - L'allongement de la vie soulève un vrai défi, celui du bien-vivre à toutes les étapes de l'existence, y compris bien sûr au fil des années de retraite. CNP Assurances, fidèle à sa vocation historique, entend relever ce défi, en s'appuyant sur son expertise, son expérience, sa gamme de services à la personne, ses liens privilégiés avec le monde paritaire et mutualiste... Nous avons pour ambition.

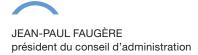
en tant qu'acteur majeur sur le marché en pleine évolution de la protection sociale et des services, d'être au plus près des besoins de nos concitoyens. Ainsi, par exemple, nous développons une solution à destination des PME-TPE qui associe santé, prévoyance, retraite et dépendance avec l'inclusion de services à la personne. Et nous serons bien sûr au rendez-vous du nouveau produit euro-croissance – produit de protection et d'épargne longue. Il va de soi que ces offres sont en tout premier lieu à la disposition de nos grands partenaires bancaires.

Quelles sont vos perspectives de développement en Europe?

Jean-Paul Faugère - Cette orientation recouvre deux aspects assez différents. D'une part, nous avons des partenariats bancaires, notamment en Italie et en Espagne. Le climat économique et financier semble se stabiliser, les efforts de nos



« Participer au financement de l'économie relève par nature de la responsabilité de tout assureur. C'est encore plus vrai pour CNP Assurances. »



équipes en place devraient porter leurs fruits. Le Conseil se montre très attentif à ces résultats, en les rapprochant des facteurs de risque associés qui sont clairement maîtrisés. D'autre part, nous avons inscrit parmi nos axes stratégiques le développement de nos affaires en modèle ouvert. en particulier l'assurance emprunteur et l'épargne haut de gamme. Le directeur général tient le Conseil informé de ses initiatives en ce sens. La business unit qu'il a constituée à cet effet est particulièrement dynamique. Et le Conseil est tout à fait confiant dans la capacité du Groupe à se faire une place dans la compétition particulièrement âpre sur ces créneaux, compte tenu de nos atouts techniques et des avantages que nous donne la solidité de notre base française.

Le développement au Brésil ne se dément pas, quelles sont vos actions-clés pour répondre aux nouveaux besoins de la population?

Frédéric Lavenir - Le marché brésilien reste en effet extrêmement dynamique, notre partenariat bancaire avec Caixa fonctionne extrêmement bien, et l'efficacité de notre plateforme brésilienne se confirme. Nous sommes totalement confiants dans le potentiel à long terme du marché brésilien et la soutenabilité de notre croissance, rentable et très économe en fonds propres. Chaque année, de nombreux Brésiliens accèdent à la classe moyenne et découvrent les solutions d'assurance qui leur sont proposées. Au-delà, notre offre de microassurance répond aux besoins de 105 millions de Brésiliens à faible revenu. Pour capter

ce formidable potentiel, nous diversifions nos canaux de distribution. Nous sommes entrés sur le canal du courtage en acquérant la société Previsul, et nous investissons sur Internet, où notre activité enregistre une croissance impressionnante.

En matière de responsabilité d'entreprise, le Groupe est attendu sur le financement de l'économie française. Quel rôle joue-t-il?

Jean-Paul Faugère - Participer au financement de l'économie relève par nature de la responsabilité de tout assureur. C'est encore plus vrai pour CNP Assurances. Notre histoire est marquée par un ancrage fort dans le secteur public, qui fait la fierté de nos collaborateurs. Notre investissement dans les entreprises françaises, en particulier les PME-ETI, dans les infrastructures et dans l'immobilier, illustre l'engagement durable de CNP Assurances au service de l'économie réelle.

Frédéric Lavenir - Quelques chiffres pour illustrer notre implication dans l'économie de notre pays. 44 milliards d'euros sont placés dans les grandes entreprises françaises et font de nous un des partenaires majeurs de leur développement. CNP Assurances est aussi l'un des principaux investisseurs dans les entreprises non cotées, avec 3,1 milliards d'euros d'exposition nette. En 2013, nous avons participé au lancement des fonds obligataires Novo, qui totalisent 1 milliard d'euros d'engagement au bénéfice de PME et d'ETI, dont 100 millions d'euros provenant de CNP Assurances. Enfin, nous portons plus de 17 milliards d'euros de dette émise par des entreprises publiques telles que SNCF, la RATP et RFF. Nous soutenons ainsi leur politique d'investissement.

Comment voyez-vous 2014?

Jean-Paul Faugère - Le contexte économique et financier est encore incertain en Europe, et marqué au Brésil par une croissance ralentie. Mais les efforts quotidiens



« Face aux multiples changements et aux incertitudes qui affectent la vie de nos clients, plus que jamais CNP Assurances est là pour assurer tous les avenirs. »



des équipes au service de nos clients et de nos partenaires feront la différence, j'en ai la conviction. Le conseil d'administration validera cette année formellement son premier rapport ORSA dans le format prévu par la directive Solvabilité 2 et s'impliquera, de ce fait, plus que jamais dans le pilotage du risque. Notre premier devoir est, en effet, par-delà l'ambition du rendement et de la compétitivité commerciale, d'être une référence en matière de sécurité à long terme comme nous l'avons toujours été dans notre histoire.

Frédéric Lavenir - En 2014, notre nouvelle organisation, en ligne avec nos ambitions stratégiques, est en ordre de marche. Nous serons au rendez-vous de l'euro-croissance aux côtés de nos partenaires bancaires, et prêts pour saisir les opportunités de l'ANI, à la manœuvre en Europe et, bien sûr, au Brésil. Le groupe CNP Assurances est en mouvement. Face aux multiples changements et aux incertitudes qui affectent la vie de nos clients, plus que jamais CNP Assurances est là pour assurer tous les avenirs.

une gouvernance efficiente

EN 2013, CNP ASSURANCES A ÉLARGI SON COMITÉ EXÉCUTIF, ANTICIPANT LA NOUVELLE ORGANISATION CHARGÉE DE DÉPLOYER LA STRATÉGIE DU GROUPE.

Le conseil d'administration

Le conseil d'administration du groupe CNP Assurances est composé de dix-huit administrateurs, trois censeurs et quatre représentants du comité d'entreprise. L'implication des actionnaires de référence se conjugue à la vision de personnalités qualifiées indépendantes. Le président dirige les travaux du Conseil et du comité stratégique. Les comités spécialisés sont présidés par des administrateurs indépendants. Les membres du conseil d'administration disposent collectivement de la compétence et de l'expérience nécessaires (1) dans le domaine des marchés de l'assurance et des marchés financiers, de la stratégie

de l'entreprise et de son modèle économique, de son système de gouvernance, de l'analyse financière et actuarielle et des exigences réglementaires applicables à CNP Assurances.

Le pilotage opérationnel

Le directeur général met en œuvre la stratégie adoptée par le Conseil et dispose des pouvoirs les plus étendus pour agir au nom du groupe CNP Assurances. Il est assisté par le comité exécutif, qui associe douze directeurs représentant les enjeux-clés de l'entreprise: partenariats, service aux assurés, finance, risques, systèmes d'information, ressources humaines. Cette instance de coordination traite tous les sujets d'intérêt transversal.

La présence d'au moins un membre du comité exécutif au conseil d'administration des principales filiales en France et la nomination par CNP Assurances d'au moins la moitié des administrateurs des filiales à l'étranger garantissent la cohérence du pilotage stratégique du groupe CNP Assurances.



ACTIONNARIAT DE CNP ASSURANCES

au 31 décembre 2013

- **40,8** % Caisse des Dépôts
- **36.3** % Sopassure*
- **1,1** % État
- 21,8 % Investisseurs institutionnels et individuels
 - * Holding détenue par La Banque Postale et par le groupe BPCE

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DE SES COMITÉS SPÉCIALISÉS

au 31 décembre 2013

ADMINISTRATEURS

- Jean-Paul Faugère (2)
 président du conseil
 d'administration
 de CNP Assurances
- Frédéric Lavenir, directeur général de CNP Assurances
- Caisse des dépôts et consignations, représentée par Jean-Pierre Jouyet, directeur général de la Caisse des dépôts et consignations
- Virginie Chapron du Jeu, directrice des investissements et de la comptabilité – direction des retraites et de la solidarité de la Caisse des dépôts et consignations
- Anne-Sophie Grave, directrice des retraites et de la solidarité de la Caisse des dépôts et consignations
- Olivier Mareuse ⁽³⁾, directeur des finances du groupe Caisse des Dépôts
- Odile Renaud-Basso (3), directrice générale adjointe de la Caisse des dépôts et consignations
- Franck Silvent, directeur du pôle finances, stratégie, filiales et international du groupe Caisse des Dépôts
- Sopassure, représentée par Marc-André Feffer, directeur général adjoint de La Poste, chargé de la stratégie et du développement, des affaires internationales et juridiques et de la régulation



 Jean-Yves Forel, membre du directoire de BPCE, directeur général

chargé du pôle banque

- commerciale et assurance
 François Pérol,
 président du directoire
 de BPCE
- Philippe Wahl, président - directeur général de La Poste
- Rémy Weber ⁽³⁾, président du directoire de La Banque Postale
- L'État, représenté par Ramon Fernandez, directeur général du Trésor

- Philippe Baumlin, représentant des salariés actionnaires, président du conseil de surveillance du FCPE « Actions CNP »
- Marcia Campbell (2), présidente du comité consultatif pour la stratégie écologique au sein du gouvernement écossais
- Stéphane Pallez ⁽²⁾, présidente - directrice générale de la Caisse centrale de réassurance
- Rose-Marie Van Lerberghe (2) (3), présidente du conseil d'administration de l'Institut Pasteur

CENSEURS

- Pierre Garcin, directeur des assurances du groupe BPCE
- Jacques Hornez, directeur groupe de la Mutuelle générale de l'éducation nationale (MGEN)
- Alain Quinet, directeur général délégué de Réseau ferré de France

REPRÉSENTANTS DU COMITÉ D'ENTREPRISE

- Valérie Baron-Loison, deuxième collège
- Patrick Berthelot, troisième collège

- Pascal Oliveau, premier collège
- Nadia Remadna, premier collège

SECRÉTAIRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

• Hugues de Vauplane

COMITÉ D'AUDIT ET DES RISQUES

- Stéphane Pallez⁽²⁾, présidente
- Philippe Baumlin
- Marcia Campbell (2)
- Olivier Mareuse
 Jean-Yves Forel
- Rémy Weber (3)

COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS ET DES NOMINATIONS

- Rose-Marie Van Lerberghe (2) (3), présidente
- Philippe Wahl
- Jean-Paul Faugère (2)
- Odile Renaud-Basso (3)
- Francois Pérol

COMITÉ STRATÉGIQUE

- Jean-Paul Faugère⁽²⁾, président
- président

 Marc-André Feffer
- Jean-Yves Forel

COMITÉ EXÉCUTIF

au 2 avril 2014

De gauche à droite : Thomas Béhar, directeur technique Groupe; Marie Grison, directrice des risques Groupe; Xavier Larnaudie-Eiffel, directeur général adjoint; Michel Bois, directeur des programmes

et des systèmes d'information; Corinne Gouthière, secrétaire générale:

Frédéric Lavenir, directeur général ; Magaly Siméon, directrice de la business unit* protection sociale et services; Yves Couturier, directeur de la business unit clientèles modèle ouvert; Martine Vareilles, directrice de

la business unit partenariat

La Banque Postale; Antoine Lissowski, directeur général adjoint, directeur financier; Thomas Chardonnel, directeur de la business unit partenariat BPCE; Bérengère

Grandjean, directrice des ressources humaines Groupe; Thierry Claudon, directeur de la business unit Amérique latine

* Unité d'affaires

- Franck Silvent
- Olivier Mareuse (3)
 Stéphane Pallez (2)

PRÉSIDENT D'HONNEUR DE CNP ASSURANCES

Edmond Alphandéry

- La compétence et l'expérience mentionnées à l'article L. 322-2 du code des assurances.
 Administrateur indépendant au sens du code de référence AFEP-MEDEF.
- 3. Sous réserve de l'approbation de l'assemblée générale des actionnaires du 6 mai 2014.

2013, une année de création de valeur

NOS PERFORMANCES TRADUISENT À LA FOIS LA SOLIDITÉ ET LA CAPACITÉ D'ÉVOLUTION DU MODÈLE DE CNP ASSURANCES, EN LIGNE AVEC LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DU GROUPE.

REVENUS TOTAUX*

3234 M€

soit une hausse de

+2,1%

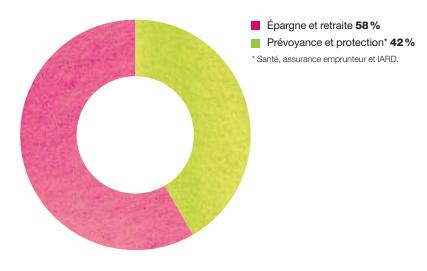
* Produit net d'assurance + revenus du compte propre

PRODUIT NET D'ASSURANCE (PNA)

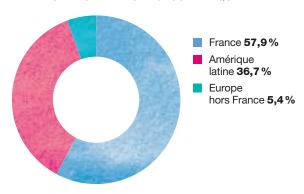
En France, la hausse du PNA (+ 2,4 %) est liée à l'amélioration du *mix* produits et à l'amélioration des marges techniques. Le PNA de l'Amérique latine augmente de 7,3 % (+ 22,3 % à périmètre et change constants), soutenu par l'ensemble des segments d'activité. En Europe hors France, le PNA est en retrait de 22,7 % du fait de la poursuite du *derisking*, notamment en Espagne, des effets de la crise chypriote et de la baisse des encours d'épargne en Italie.

RÉPARTITION DU PRODUIT BRUT D'ASSURANCE PAR SEGMENT DE PRODUIT

Un positionnement produit qui répond aux évolutions démographiques et à un besoin social croissant de protection et de sécurité.



RÉPARTITION DU RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



Une position de leader en France au cœur d'un marché européen riche et mature. Une position forte au Brésil sur un marché sud-américain en croissance rapide.

951 1030

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE (en M€)



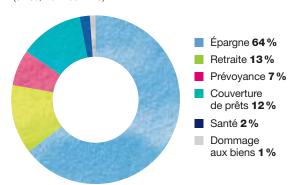


RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION (en M€)

+3,3%

CHIFFRES D'AFFAIRES PAR SEGMENT

(en %, normes IFRS)



VALEUR INTRINSÈQUE

(Market consistent embedded value – MCEV)

23,3€

par action à fin décembre 2013 avant distribution du dividende, soit

+16%

COLLECTE BRUTE (FRENCH GAAP)

(en M€)



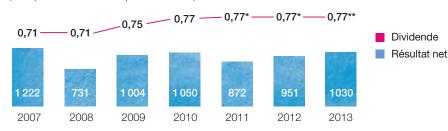
CHIFFRE D'AFFAIRES IFRS

(en M€)



HISTORIQUE DU RÉSULTAT NET ET DU DIVIDENDE

(en € par action et en M€ pour le résultat) de 2007 à 2013



Un dividende de 0,77 € par action en numéraire sera proposé au vote des actionnaires lors de l'assemblée générale du 6 mai 2014.

^{*}Avec option de paiement du dividende en action

^{**} Soumis au vote des actionnaires lors de l'assemblée générale du 6 mai 2014

un engagement social et sociétal réaffirmé

NOTRE AMBITION EST DE CRÉER DE LA VALEUR
POUR TOUTES LES PARTIES PRENANTES
DE CNP ASSURANCES, DANS UNE LOGIQUE
D'ASSUREUR ET D'INVESTISSEUR RESPONSABLE.

NOTATION EXTRAFINANCIÈRE 2013 DU TITRE CNP ASSURANCES

SUSTAINALYTICS 79/100

(août 2013)

8e/140

pour le secteur assurance monde www.sustainalytics.com

OEKOM

PRIME C+

(mars 2013)

www.oekom-research.com

VIGEO 54/100

(notation 2013)

pour le secteur assurance Europe www.vigeo.com

Accompagner les collaborateurs dans la durée

- Effectif: 4809.
- CNP Assurances: 3095.
- Filiales France et internationales consolidées : 1714.
- Part des CDI (CNP Assurances et filiales consolidées) : 96 %.
- Formation (CNP Assurances et filiales consolidées): 4,4 % de la masse salariale.
- Part des femmes cadres de direction (CNP Assurances et filiales consolidées) : 28.9 %.

Assumer notre responsabilité économique

- Part des actifs financiers de CNP Assurances (et filiales françaises) gérés en intégrant des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance : 80 % fin 2013.

- Encours de CNP Assurances en OPCVM labellisés ISR ou à thématique sociale ou environnementale : 2,3 Md€.
- Des forêts pour un puits carbone de $546 299 \text{ teq CO}_{2}$.

Adapter nos offres à la diversité des besoins

- 200 000 polices de microassurance émises dans le Groupe.
- Taux de refus de CNP Assurances en assurance emprunteur : 0,2 %.
- Nombre de contrats d'assurance en unités de compte avec support ISR : 85 000 soit +13 % par rapport à 2012.

Réduire notre empreinte environnementale

- Réduction des rejets de gaz à effet de serre par collaborateur pour le fonctionnement interne : -1,2 % par rapport à 2012.
- Baisse de la consommation de papier de plus de 56 % depuis cinq ans à périmètre

constant (fonctionnement interne et communication clients de CNP Assurances).

 Réduction des émissions de gaz à effet de serre générées par les déplacements professionnels des collaborateurs de CNP Assurances de 26 % depuis 2009.

Présence du titre CNP Assurances dans les indices ISR

Le titre est intégré à plusieurs indices ISR européens. Il a notamment été reconduit dans l'indice Ethibel Sustainability Index Excellence Europe et dans l'indice NYSE Euronext Vigeo Eurozone 120.

Le bilan RSE

Le bilan 2013 de CNP Assurances est téléchargeable sur www.cnp.fr et disponible au format papier sur simple demande auprès de CNP Assurances.

une relation durable avec les actionnaires

CNP Assurances entretient avec ses actionnaires une relation sur le long terme.

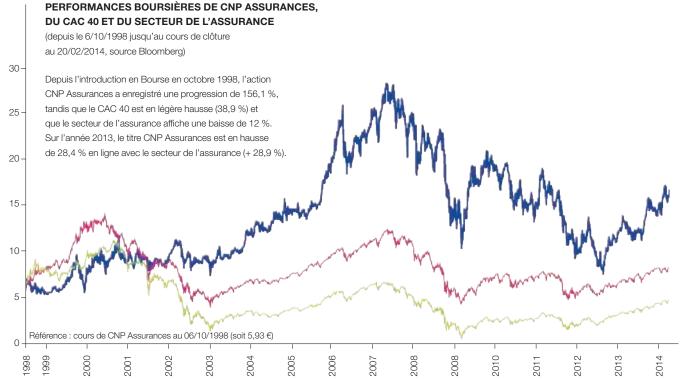
Un actionnariat diversifié

Le groupe CNP Assurances s'appuie sur un actionnariat stable, renforcé par la signature d'un pacte entre ses grands actionnaires : Caisse des Dépôts, État et Sopassure, holding détenue par La Banque Postale et le groupe BPCE. Le Groupe compte près de 140 000 actionnaires individuels, et ses salariés détiennent 0,29 % du capital.

Une information transparente

CNP Assurances s'engage à communiquer à la communauté financière une

information complète, accessible, compréhensible et transparente. Le dispositif comprend des éditions financières, des lettres d'information ainsi que le site Internet www.cnp-finances.fr, avec deux espaces dédiés, l'un aux actionnaires individuels, l'autre aux investisseurs.



CNP ASSURANCES EN BOURSE

• Cotation : Euronext Paris

• Introduction en Bourse : 6 octobre 1998

• Cours au 31 décembre 2013 : 14,90 €

 Capitalisation boursière au 31 décembre 2013 : 10,2 Md€ (source Bloomberg)

• Nombre total d'actions : 686618477

 Nombre d'actionnaires individuels : près de 140 000

 Volume quotidien moyen échangé sur le titre en 2013 : 357 229 titres / jour (source Bloomberg)

INDICES DE RÉFÉRENCE

SBF 120, Euronext 100, DJ Euro Stoxx Insurance, ASPI Eurozone 120, Ethibel Excellence Index Europe

CNP ASSURANCES

+156,1%

depuis l'introduction en Bourse

CAC 40

+ 38,9 %

DJ EURO STOXX INSURANCE

-12%



quatre axes stratégiques



au plus près des Français avec nos partenaires de bancassurance

20-25

un modèle ouvert **pour l'Europe**

26-31

avec nos partenaires au cœur de la protection sociale

32-37

une dynamique de croissance en Amérique latine

38-43



au plus près des Français avec nos partenaires de bancassurance

DÉVELOPPER ET RENOUVELER L'OFFRE DE CNP ASSURANCES POUR SES PARTENAIRES, LA BANQUE POSTALE ET LES CAISSES D'EPARGNE, AFIN DE PROTÉGER LONGTEMPS ENCORE DES GÉNÉRATIONS DE FRANÇAIS.

2

PARTENAIRES DISTRIBUTEURS ET ACTIONNAIRES

La Banque Postale et le réseau des Caisses d'Epargne (BPCE) distribuent les produits d'assurance de CNP Assurances.

36,3 % du capital de CNP Assurances détenus par les deux

réseaux partenaires

UNE PREUVE DE CONFIANCE

Depuis deux ans, l'investissement de leurs dividendes dans le capital de CNP Assurances

21200

points de vente et de contact en France

Deux réseaux bien implantés sur tout le territoire français





DES VALEURS COMMUNES

Proximité, utilité et accessibilité de l'offre pour permettre au plus grand nombre de se protéger et de sécuriser son avenir



4,9 millions de clients avec les Caisses d'Epargne



5.2 millions de clients avec La Banque Postale

FILIALES COMMUNES

- La Banque Postale Prévoyance Filiale dédiée à la prévoyance
- Écureuil Vie Développement Filiale support à l'animation commerciale du réseau des Caisses d'Epargne

15,5

millions de contrats gérés, c'est la capacité industrielle de CNP Assurances

AXES-CLÉS

- · Adapter l'offre produits aux besoins de simplicité et de sécurité du grand public et à la montée en gamme de nos partenaires
- Accompagner nos réseaux partenaires dans la distribution multicanale
- · Adapter le niveau de notre service, en terme de qualité et de réactivité, à chaque segment de clientèle

16,3 Md€ de chiffre d'affaires réalisé avec nos deux réseaux partenaires, soit 59 % du chiffre d'affaires de CNP Assurances

million d'appels téléphoniques reçus, c'est la qualité de service de CNP Assurances





16,3 Md€

de chiffre d'affaires généré par les deux grands partenaires en 2013

+35,6%

C'est la progression du chiffre d'affaires épargne en unités de compte



la bancassurance partenariale, **un modèle d'avenir**

EN 2013, CNP ASSURANCES SE MOBILISE POUR FIDÉLISER SES GRANDS PARTENAIRES ET ENRICHIT SON OFFRE POUR PERMETTRE AU PLUS GRAND NOMBRE DE SÉCURISER SON AVENIR.

En 2013, la performance des deux réseaux partenaires reflète l'évolution du modèle du Groupe et la vision centrée non pas sur les volumes, mais sur la qualité de la production à un moment où la clientèle cherche à diversifier ses supports de placement.

Un modèle créateur de valeur

Le chiffre d'affaires de CNP Assurances en France s'établit à 21.1 milliards d'euros, La Banque Postale y contribue pour 8,8 milliards et les Caisses d'Epargne pour 7.5 milliards. Le choix de la création de valeur se lit clairement dans l'amélioration très nette du mix produits au profit des produits à forte valeur ajoutée. Le chiffre d'affaires en épargne euros baisse de 5,8 %, celui de l'épargne retraite en unités de compte croît de 35,6 %, à 1,5 milliard d'euros. La gestion privée représente 52 % de l'épargne retraite des Caisses d'Epargne avec un taux d'unités de compte (UC) record de 11,4 % en 2013 (contre 9 % en 2012). Même évolution à La Banque Postale, où les produits patrimoniaux représentent 54 % de l'épargne retraite et le taux d'UC monte à 7,3 % (contre 5 % en 2012).

De belles performances sur tous les segments

En matière de prévoyance individuelle, La Banque Postale Prévoyance améliore son chiffre d'affaires de 8,4 %, avec une croissance notable des contrats Garanties accidents de la vie (+24 %), en particulier *Prévialys*, qui fait un bond de 57 %, boostée par des offres attractives. L'activité prévoyance des Caisses d'Epargne progresse de 19 %, tirée notamment par l'offre Obsèques, qui représente près de 70 % du chiffre d'affaires du segment, ainsi que par les bonnes performances du produit Garantie famille.

L'environnement juridique et réglementaire en profonde mutation n'entrave pas la performance des Caisses d'Epargne en assurance emprunteur qui progresse de 8 % à 724 millions d'euros. L'activité retrouve son dynamisme à La Banque Postale, qui réalise un chiffre d'affaires de 175 millions d'euros. en hausse de 5.5 %.

Accompagner la montée en gamme de La Banque Postale

Les crises financières de ces dernières années et les faillites de grandes institutions ont modifié le regard des clients patrimoniaux, qui donnent désormais la priorité à la solidité et à la solvabilité de leur partenaire financier. CNP Assurances est, par son histoire et ses valeurs, à même d'apporter cette sécurité, et son investissement dans le haut de gamme va faire la différence.

Le Groupe s'est doté d'une équipe dédiée à l'offre patrimoniale, qui concentre toutes les expertises utiles : actuaire, juriste, spécialiste UC, ingénieur patrimonial, back et middle office. Il s'organise pour assurer le haut niveau de qualité de service propre à la gestion patrimoniale, objet de toutes les exigences des clients et d'enjeux forts pour ses grands partenaires.

Le contrat d'assurance vie Cachemire Patrimoine est la première concrétisation de cette nouvelle orientation. Conçu et lancé de concert par les équipes de CNP Assurances et de La Banque Postale, ce contrat fait l'objet d'un suivi très attentif par les deux parties pour s'assurer que les circuits de gestion sont conformes aux attentes des assurés. Au-delà, Cachemire Patrimoine innove à deux titres : la gestion sous mandat inclut des titres « vifs » (actions, trackers, etc.) et permet au client de



«Nous mettons toute notre expertise à la disposition de La Banque Postale pour la satisfaction de nos clients communs.»

MARTINE VAREILLES
directrice de la business unit
partenariat La Banque Postale



combiner librement cette poche avec les deux autres prévues au contrat, l'Euro et la gestion libre. Testé début 2014 dans les départements du Nord et du Pas-de-Calais, Cachemire Patrimoine fera l'objet d'un déploiement dans la France entière à la mi-mai.

Accompagner la complétude de la gamme des Caisses d'Epargne

Les innovations de CNP Assurances soutiennent la politique du réseau des Caisses d'Epargne, qui vise à assurer tout le monde, sans exclusive. Simple et populaire, le produit Écureuil solutions obsèques a déjà séduit près d'un million de clients. Le produit Garantie famille permet, en cas de décès de l'assuré, de préserver, pour une période donnée, le niveau de vie de sa famille. Cette solution bénéficie d'un

réel succès et a été enrichie en 2013 d'une garantie Maladies redoutées, qui élargit le champ de protection aux cas de perte d'autonomie ou de maladie grave.

Les innovations dans le domaine de l'assurance emprunteur ont soutenu le développement du crédit aux particuliers par les Caisses d'Epargne, en le sécurisant. Des garanties standards couvrant le décès et l'incapacité de travail à la garantie perte d'emploi, très attractive, ces innovations permettent d'assurer une part prépondérante des clients emprunteurs du réseau. Tout aussi novatrice, la garantie Prévoyance du locataire permet de garantir le paiement de son loyer en cas d'incapacité ou de perte d'emploi. Adoptée par près de 10 000 clients en moins de six mois, elle a reçu l'Actif de bronze décerné par la revue L'Agefi en 2013.

N°1

de la maîtrise des coûts en assurance vie en Europe

d'après l'étude HSBC « European Insurance Cost-Cutting Calculator », 5° édition, octobre 2013

2

Trophées d'or

Nuances Privilège et Cachemire, deux contrats d'assurance vie multisupport distribués respectivement par les Caisses d'Epargne et La Banque Postale, ont reçu, début 2014, un Trophée d'or décerné par le magazine *Le Revenu*.



CNP Assurances cultive ses atouts

Modernisation de l'offre, dématérialisation des échanges et amélioration continue de la qualité de service.

Le rythme d'innovation s'accélère

Axe stratégique de CNP Assurances, le développement et le renouvellement du modèle de bancassurance partenariale se traduiront par des réalisations concrètes en 2014. Au programme : lancement de nouveaux produits d'épargne haut de gamme avec La Banque Postale, offensive sur la gamme professionnelle et entreprise avec les Caisses d'Epargne et enrichissement de la palette d'unités de compte en assurance vie avec les deux réseaux partenaires de CNP Assurances.

Sous réserve que les textes paraissent comme prévu avant l'été, un produit euro-croissance sera mis à la disposition des grands partenaires en 2014. Ses caractéristiques réglementaires et, a fortiori, ses caractéristiques commerciales, ne sont pas stabilisées, mais CNP Assurances s'y est investie sans attendre pour être au rendez-vous du lancement de ce produit promis à un bel avenir. Sans avantage fiscal spécifique, ses

vertus sont techniques, c'est un produit de long terme. Il répond à la fois aux nouvelles attentes des assurés, de plus en plus sensibles à la nécessité du long terme, et aux besoins d'investissement dans l'économie réelle. CNP Assurances développe l'offre euro-croissance avec ses deux réseaux partenaires et avec la volonté d'en faire un succès.

La qualité du service CNP Assurances

Dans un marché mature, le service rendu aux réseaux et aux clients fait toute la différence. CNP Assurances investit dans ses systèmes d'information pour accélérer le partage de l'information au bénéfice des clients. La dématérialisation de la relation de bout en bout est en marche. Elle repose sur une coopération intégrée qui va de l'agence au back-office du partenaire jusqu'aux services de gestion et d'experts de CNP Assurances.

Ainsi, chacun dispose d'une vision globale du compte client et des informations liées aux opérations en cours, quel que soit le canal d'entrée : agence, téléphone, fax, courrier, Internet. Les conseillers des réseaux partenaires accèdent en ligne, directement sur leur poste de travail, aux bulletins de situation, aux certificats et imprimés fiscaux liés aux contrats, et sont à même de répondre en temps réel aux questions des clients. Ces derniers

peuvent consulter les informations les concernant à tout moment via les sites Internet des partenaires.

La qualité de gestion des grands volumes

Gérer 224 produits différents et 15,5 millions de contrats en assurance vie et en prévoyance individuelle à fin 2013, c'est le défi du service aux assurés de CNP Assurances, qui mobilise 800 collaborateurs. Vecteur de communication essentiel pour l'assureur, l'envoi des informations annuelles et semestrielles aux assurés mobilise des moyens d'autant plus importants que le contenu des bulletins de situation évolue quasiment chaque année, du fait de contraintes réglementaires. Les campagnes font l'objet d'un pilotage et d'une planification serrés pour limiter les risques opérationnels et les coûts. La certification contribue à la sécurité du dispositif. La dématérialisation des bulletins de situation, concrétisée depuis 2011, est une évolution porteuse d'avenir car elle améliore le service aux clients et aux partenaires. En 2013, 18 millions de bulletins ont été expédiés, dont 5,2 millions en version numérique.



UN DOUBLE SUIVI DE LA SATISFACTION CLIENTS

Les enquêtes menées périodiquement par les entités du groupe CNP Assurances sont réalisées non seulement auprès des assurés mais aussi des partenaires-distributeurs. Elles permettent d'obtenir un diagnostic très complet de la satisfaction clients. En 2013, CNP Assurances a réalisé quatre enquêtes de satisfaction sur les processus de gestion des contrats. Ces enquêtes, souvent prévues dans le cadre d'une certification ou d'une convention de service, contribuent à l'amélioration du dispositif d'écoute clients et font l'objet d'analyses partagées avec les partenaires. Le taux de satisfaction augmente en 2013 et atteint 84 % de satisfaits pour les bénéficiaires La Banque Postale et Caisses d'Epargne.

« Notre proximité et notre volonté d'innovation commune permettent au réseau des Caisses d'Epargne d'offrir des garanties complètes et accessibles à tous. »

THOMAS CHARDONNEL directeur de la business unit partenariat BPCE

un modèle ouvert pour l'Europe

JOINT-VENTURE OU SIMPLE ACCORD DE
DISTRIBUTION, CNP ASSURANCES CAPITALISE
SUR SES SAVOIR-FAIRE DE GESTION
PARTENARIALE POUR DÉVELOPPER DES RELAIS
DE CROISSANCE HORS DE FRANCE.

4re

zone économique mondiale,

le marché européen représente 23 % du PIB mondial 700
collaborateurs
en Europe hors
de France

500

millions d'habitants dont les besoins de protection et de sécurité à long terme ne faiblissent pas



3

PARTENARIATS EN JOINT-VENTURE*

- CNP UniCredit Vita avec la banque UniCredit en Italie, environ 4 000 agences
- CNP Barclays Vida y Pensiones (BVP) avec Barclays Bank en Espagne, en Italie et au Portugal, près de 1 000 agences
- CNP Cyprus Insurance Holdings (CIH) avec Bank of Cyprus à Chypre et en Grèce

* Entreprise commune



3,5 Md€

de chiffre d'affaires en Europe hors France



- Chypre & Grèce 154 M€ CNP Cyprus Insurance Holdings
- Portugal 83 M€ CNP BVP
- Autres (non récurrent)500 M€

** Succursales

2

DÉVELOPPEMENTS PHARES

- L'assurance emprunteur et la prévoyance individuelle
- L'épargne haut de gamme



STRUCTURES OPÉRANT EN PARTENARIAT OUVERT

- En Italie : CNP Italia
- En Espagne : CNP Vida, CNP España



ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Consolider les positions en Europe du Sud
- Conquérir de nouveaux marchés à forts potentiels en Europe du Nord



Modèle dans lequel l'assureur fournit des produits d'assurance

à des partenaires distributeurs multiples et indépendants de lui.



3e assureur vie européen

N°1

de l'assurance emprunteur en France grâce à une distribution pluridistributeurs et multicanale



une conquête ciblée sur **des marchés porteurs**

LE GROUPE CNP ASSURANCES VALORISE SES SAVOIR-FAIRE, SES PLATEFORMES ET SA PRÉSENCE COMMERCIALE POUR ACCÉLÉRER SON DÉVELOPPEMENT EN EUROPE.

En Europe hors France, le chiffre d'affaires de CNP Assurances atteint 3,5 milliards d'euros. L'activité progresse de 50,7 %, sans compter la conclusion d'un contrat de retraite collective, non récurrent, de 420 millions d'euros.

Forte reprise de l'activité en 2013

En Italie, la production revient à un niveau proche de 2011 après une année 2012 historiquement faible. À Chypre, dans une conjoncture économique très tendue, l'appartenance à CNP Assurances, premier assureur de personnes en France, inspire confiance, et l'activité commerciale du réseau reste soutenue. Enfin, la progression significative du chiffre d'affaires en unités de compte sur l'ensemble de

la zone (+ 76,6 %) confirme la volonté de CNP Assurances de développer des activités à forte création de valeur.

Des partenariats sous forme de joint-ventures

Le Groupe a construit son développement en Europe sur le modèle historique, en s'associant sur le long terme à des réseaux de distribution partenaires bien implantés, issus, de préférence, de la bancassurance et intéressés au résultat via une présence au capital.

Ainsi, en Italie, CNP Assurances est associée à la **banque UniCredit,** qui compte 4 000 agences à travers le pays et plus de 8 millions de clients. Leur filiale commune, CNP UniCredit Vita, réunit plus de 150 collaborateurs et se classe dans le top 10 des assureurs de personnes italiens, avec 3,1 % de part de marché à fin 2013. Si les produits d'épargne, notamment en unités de compte, constituent l'essentiel de l'activité, la filiale renforce son offre

de prévoyance pour répondre au besoin croissant des Italiens de se protéger contre les aléas de la vie dans un contexte économique et financier dégradé, et reste attentive au marché du crédit, qui montre des signes de reprise.

CNP Assurances est partenaire de la **banque Barclays** au sein de CNP Barclays Vida y Pensiones (CNP BVP), qui opère dans trois pays d'Europe du Sud: Espagne, Portugal et Italie. La filiale commune crée et gère des produits d'épargne et de couverture de prêt, qui sont distribués par les 1 000 agences du réseau Barclays et auprès de ses 1,5 million de clients dans ces trois pays. C'est ainsi que le nouveau plan de retraite *Barclays Pensión Horizonte 2020* a été lancé en Espagne fin 2013.

À Chypre, le Groupe est associé à la première banque du pays, **Bank of Cyprus**, à travers la filiale CNP Cyprus Insurance Holdings (CNP CIH). Ses produits d'assurance vie et d'assurance dommages sont distribués par les guichets de Bank of Cyprus et par un réseau d'agents indépendants. La filiale opère également en Grèce, où elle propose des produits d'épargne et de prévoyance ainsi que des solutions sur mesure pour les assurés grecs en matière d'assurance automobile, d'assurances incendie et tremblement de terre. Ici encore, un réseau d'agents



« Notre position de leader de l'assurance emprunteur en France et nos avancées dans le full on line nous incitent à investir l'espace européen.»

YVES COUTURIER directeur de la business unit clientèles modèle ouvert

indépendants et celui de Postal Bank renforcent la puissance de distribution du partenaire Bank of Cyprus.

De solides plateformes, tremplins des partenariats ouverts

Les structures opérant en modèle ouvert ont poursuivi leur développement malgré le contexte économique encore incertain en Europe du Sud. À travers CNP Italia, CNP Vida et CNP España, le Groupe a réalisé plus de 330 M€ de primes en assurance emprunteur, prévoyance, épargne et retraite avec des acteurs qui cherchent à diversifier leurs offres : banques de détail, banques privées, acteurs du crédit à la consommation, enseignes de grande distribution, sociétés de gestion de fonds, conseillers en gestion de patrimoine indépendants et courtiers, entre autres.

Convaincu que le service est au cœur de l'assurance de demain, le Groupe a créé une plateforme de servicing (gestion pour compte de tiers), CNP Insurance Services (CIS). Elle propose à des assureurs de déléguer tout ou partie de la chaîne de valeur pour se concentrer sur leur cœur de métier : la gestion du risque et la création de produits. CIS gère des projets Groupe, CNP BVP et CNP Vida sont ses premiers clients.



315

établissements financiers partenaires en assurance emprunteur en France et plus de 20 partenaires bancaires en Italie dont UniCredit et Barclays



un savoir-faire pour conquérir les assurés européens

En 2013, le chiffre d'affaires du Groupe en assurance emprunteur progresse de 5,4 %. En France, CNP Assurances confirme sa place de numéro un du segment.

Dans un environnement de taux attractifs, mais en l'absence de reprise des transactions immobilières, la production de crédits immobiliers est davantage portée par les rachats et les renégociations de prêts que par la production nouvelle.

L'assurance emprunteur en France, laboratoire du modèle ouvert

Les grands réseaux partenaires soutiennent la dynamique, les Caisses d'Epargne confirment leur succès dans cette activité qui progresse de 8,6 %, tandis que celle de La Banque Postale redémarre avec une croissance de 5,4 %. C'est le fruit d'une

politique d'innovation constante, au plus près des intérêts des clients. Ainsi, la définition resserrée de l'inaptitude de l'assuré à l'exercice de sa profession (et non d'une profession quelconque) et la nouvelle tarification finement segmentée par tranches d'âge placent la nouvelle offre de La Banque Postale parmi les meilleures du marché. De leur côté, les établissements financiers totalisent 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires, en légère progression par rapport à 2012 (+1,1 %). CNP Assurances a poursuivi la modernisation de ses outils de souscription et pris une belle avance sur la concurrence en inaugurant l'adhésion 100 % en ligne de l'assurance emprunteur (voir page ci-contre). Le Groupe a tout, les expertises, les produits qui répondent aux attentes des marchés matures et les outils qui simplifient leur souscription et leur gestion. La conquête de l'Europe peut s'accélérer.

Les moyens de comprendre les besoins des clients

Sa position de leader de l'assurance emprunteur en France, avec plus de 12 millions d'assurés en couverture de prêts, et des décennies d'observation ont forgé la connaissance inégalée de CNP Assurances des assurés français, leurs comportements, leur santé et les risques attachés. Au fil des années, le Groupe a affiné ses données et ses outils d'analyse et érigé ses propres règles en matière d'évaluation des risques de sinistres ou d'accidents de la vie. Cette expertise lui permet de tarifer au plus juste et de maîtriser la sinistralité de ces garanties complexes dans la durée. Les plateformes de CNP Assurances en Europe ont élargi sa connaissance à d'autres marchés et

d'autres spécificités culturelles ou économiques. Ainsi, en Espagne ou en Italie, les pratiques de sélection des risques ne sont pas les mêmes. L'assurance emprunteur est quasi systématique en France, mais très souvent facultative ailleurs. Elle tient en une garantie globale dans certains pays, mais peut se scinder en deux garanties, invalidité et décès, souscrites auprès de compagnies différentes dans d'autres. Ici, la prime se règle au fil des années de prêt, et là, en une seule fois. Cette expérience diversifiée nourrit la conquête adaptée de l'Europe par CNP Assurances. En Allemagne, par exemple, le risque de mortalité et le système de santé sont proches du cas français, le pilotage du risque de la garantie décès est donc reproductible, ce qui n'est pas le cas de la garantie perte d'emploi, les marchés du travail français et allemand présentant de profondes différences.





Les plateformes du Groupe en Europe ont élargi sa connaissance à d'autres marchés et d'autres spécificités culturelles ou économiques.

L'ASSURANCE EMPRUNTEUR EN FULL ON LINE

De la signature électronique du bulletin d'adhésion et du questionnaire de santé au traitement du sinistre en ligne, CNP Assurances inaugure l'assurance emprunteur dématérialisée de bout en bout. De quoi simplifier la vie des assurés et la tâche des conseillers des réseaux de distribution, et différencier durablement le service CNP Assurances.

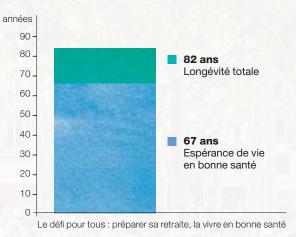
Le 1er janvier 2014, sur le portail de Boursorama Banque, un client signait électroniquement le premier contrat d'assurance emprunteur CNP Assurances. Boursorama Banque, filiale de la Société Générale, distribue ses produits exclusivement via Internet. Nerf de la guerre pour ce pure player, le parcours client doit être court, intuitif et sécurisé. Le format 100 % en ligne initié par CNP Assurances apporte une valeur ajoutée instantanée à toutes les parties prenantes. Il raccourcit significativement le délai perçu par le client, facilite le travail de back et middle office bancaires et sécurise le stockage des documents d'adhésion. La solution associe un tiers de confiance, qui joue le rôle de certificateur et un prestataire d'archivage électronique sécurisé. Elle constitue une brique décisive de l'offre numérique de CNP Assurances, qui prend une longueur d'avance et conforte son leadership en assurance emprunteur.

avec nos partenaires au cœur de la protection sociale

HAUSSE DE L'ESPÉRANCE DE VIE, RÉFORME
DES RETRAITES, RALENTISSEMENT
ÉCONOMIQUE, NOUVELLES VULNÉRABILITÉS...
CNP ASSURANCES REPENSE L'ASSURANCE
COLLECTIVE COMPLÉMENTAIRE EN LIEN AVEC
SES PARTENAIRES ET SES CLIENTS.

ESPÉRANCE DE VIE MOYENNE

d'un employé de 50 ans aujourd'hui en France



4600 entreprises ont confié à CNP Assurances la protection sociale de leurs salariés





Nº1

en prévoyance et santé pour les collectivités locales

Plus de 20 000 collectivités territoriales et hospitalières font confiance à CNP Assurances

CNP Assurances est une entreprise du groupe Caisse des Dépôts, à l'avant-garde de la protection sociale.

N°3 EN ÉPARGNE RETRAITE COLLECTIVE

30_{Md€}

d'encours moyens *

* Hors participation au bénéfice différée

250

conseillers salariés

Le réseau salarié du Groupe partout en France pour conseiller les clients au plus près de leurs besoins en épargne et prévoyance

350

collaborateurs mettent leur expertise au service des assurés et des partenaires

d'accompagnement du monde mutualiste et paritaire comme assureur, coassureur ou réassureur 5

DÉFIS

- **TPE-PME**: des garanties santé et prévoyance pour tous
- Complémentaire santé: concilier efficacité et maîtrise des coûts
- **Prévoyance :** une vraie prise en charge de l'arrêt de travail et du retour à l'emploi
- Retraite : vers une nouvelle vie plus longue et plus sécurisée
- Autonomie : agir pour être en bonne santé aujourd'hui et demain

35%

C'est la part du groupe CNP Assurances dans Inter Expansion - Fongepar, l'entité créée avec Humanis en 2013, Groupe paritaire de protection sociale leader, qui détient les 65 % restants. En fusionnant leurs filiales d'épargne salariale, les deux groupes donnent naissance à un acteur majeur de l'épargne salariale.



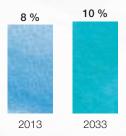


41,6 %

du produit net d'assurances du groupe CNP Assurances provient des activités de prévoyance et de protection

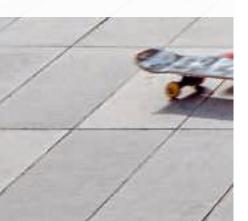
ÉVOLUTION PRÉVISIONNELLE DES COÛTS LIÉS À LA SANTÉ* DANS L'ENTREPRISE

(en % de la masse salariale)



* Absentéisme, incapacité, invalidité, complémentaire santé

Source: Expertise CNP Assurances



assurer et accompagner la vie plus longue

DANS L'ENVIRONNEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE EN PROFONDE MUTATION, CNP ASSURANCES RÉAFFIRME SA DIFFÉRENCE ET SES ENGAGEMENTS DE PREMIER ASSUREUR DE PERSONNES EN FRANCE.

Le besoin de sécurité se confirme

Santé, accidents de la vie, dépendance, décès : les solutions de prévoyance de CNP Assurances couvrent tous les aléas de l'existence. En France, elles sont commercialisées par ses deux grands partenaires et son réseau salarié CNP Trésor en version individuelle, et par ses partenaires mutuelles, institutions de prévoyance, courtiers auprès d'entreprises et de collectivités territoriales et hospitalières en prévoyance collective.

En 2013, l'activité prévoyance et protection confirme sa dynamique avec une croissance de 3,4 % et une amélioration très significative de la marge sur affaires nouvelles. La performance de La Banque Postale est quasi stable, avec un bond notoire pour la garantie accidents de la vie *Prévialys*. Le réseau des Caisses d'Epargne affiche de nouveau une croissance record de 19 %, tirée par les ventes de l'offre obsèques. Enfin, le réseau CNP Trésor améliore de 28 % le volume de contrats de prévoyance signés en 2013.

Côté prévoyance collective, le pôle mutuelles conforte son activité avec un chiffre d'affaires de 883 millions d'euros, dont 232 millions d'euros réalisés par la filiale MFPrévoyance qui renforce structurellement la présence de CNP Assurances auprès des grandes mutuelles du secteur public. La refonte des offres prévoyance et dépendance promet de produire ses effets en 2014.

Un tournant de la protection sociale

Le vieillissement de la population, les nouveaux modèles de travail et les nouvelles vulnérabilités génèrent des besoins de protection, de prévention et d'accompagnement. Dans le même temps, la réforme des retraites, la crise économique et la nécessaire adaptation de la sécurité sociale bouleversent la perception de l'assurance obligatoire et les conditions de la solidarité. La généralisation de la complémentaire santé à tous les salariés au 1er janvier 2016, portée par l'accord national interprofessionnel (ANI), va également modifier le paysage de

l'assurance en entraînant plus de 5 millions de salariés de très petites entreprises (TPE) et de travailleurs non salariés (TNS) de la couverture santé individuelle à la collective. Tous ces bouleversements incitent le Groupe à renouveler sa vision du métier : assurer les aléas de l'existence et accompagner chacun pour mieux vivre tout au long de la vie. Santé, prévoyance, retraite et dépendance : en 2014, CNP Assurances rassemble ses expertises dans une unité opérationnelle dédiée « protection sociale et services » et s'attelle à promouvoir et déployer une offre innovante au cœur du marché de la protection sociale en France.

L'enjeu de l'espérance de vie en bonne santé

L'espérance de vie des Français est l'une des plus élevées au monde. Elle a beaucoup progressé au cours des dernières décennies et dépasse le seuil des 80 ans depuis le début des années 2000. À l'inverse, l'espérance de vie en bonne santé a entamé une diminution historique en 2006. Elle est passée de 62,7 à 61,9 ans entre

MOTEUR DE LA TRANSITION DÉMOGRAPHIQUE

CNP Assurances est partenaire fondateur de la chaire « Transitions démographiques, transitions économiques ». Née en 2008 de la volonté de 50 économistes de rendre la recherche en économie « utile » à la société, cette chaire est devenue le lieu de réflexion sur le vieillissement en France et de propositions de politiques publiques de nature à réconcilier les générations. Longévité, redistribution intergénérationnelle, santé des seniors, dépendance : ses travaux de recherche donnent à CNP Assurances une vision globale des grandes évolutions sociétales et lui permettent de mieux projeter ses solutions de protection sociale.

2008 et 2010 pour les hommes et de 64,6 à 63,5 ans pour les femmes. Ainsi, à fin 2010, les hommes pouvaient espérer vivre les 4/5 de leur existence en bonne santé et les femmes les 3/4, ce qui montre le champ de progression dans la santé des seniors. Au-delà, les différences d'espérance de vie entre catégories socioprofessionnelles sont très fortes en France. Ce recul de l'espérance de vie en bonne santé soulève deux grands défis en terme de protection sociale. Le premier porte sur la santé au travail pour garantir l'employabilité des seniors, compte tenu du recul progressif de l'âge de départ à la retraite. Le second concerne la santé au fil des années de retraite et pose la question de l'autonomie. C'est au prisme de ces deux défis que CNP Assurances a choisi de repenser la protection sociale avec ses partenaires.

« Les attentes exprimées par les employeurs nourrissent la politique d'innovation sociale du Groupe. »

MAGALY SIMÉON directrice de la business unit protection sociale et services



santé au travail et autonomie : les clés d'une vie meilleure

CNP Assurances étoffe ses offres et innove pour répondre aux besoins des assurés et des employeurs.

Avec les collectivités locales pour l'innovation sociale

Les absences pour raison de santé sont en croissance dans les collectivités territoriales. Une source de coûts directs et indirects de remplacement des agents qui grèvent leur budget autant que la performance du service aux usagers. Partenaire historique des collectivités locales, grandes et petites, avec plus de 20 000 collectivités territoriales et hospitalières assurées et plus de 3 millions de fonctionnaires couverts. CNP Assurances innove pour améliorer la santé au travail des agents territoriaux. Ses contrats d'assurance « statutaire » intègrent une offre globale de conseil et de formation en santé au travail dispensés sur le terrain par une équipe d'ingénieurs en hygiène et sécurité, d'ergonomes, de psycholoques et de consultants, spécialistes des métiers de la fonction publique territoriale et hospitalière. La cartographie des risques professionnels, plans d'actions à l'appui, la construction de parcours permettant le retour à l'emploi d'agents en inaptitude ou le soutien psychologique d'agents en arrêts

répétés sont autant de dispositifs d'accompagnement innovants qui confortent la valeur ajoutée de CNP Assurances. Une expertise que le Groupe entend mettre au service des entreprises, en particulier les TPE-PME.

Avec le monde mutualiste et paritaire pour aller plus loin

L'accord national interprofessionnel (ANI) du 11 janvier 2013 généralise la complémentaire santé aux entreprises et aux salariés du privé à compter du 1er janvier 2016. Il modifie de façon significative la perspective sur le marché de l'assurance collective: plus de 5 millions de salariés des TPE-TNS devraient passer d'une couverture santé individuelle à un contrat collectif.

Dans ce cadre, CNP Assurances développe une offre de prévoyance collective dédiée aux PME-TPE et met sa capacité technique, opérationnelle et son esprit d'innovation à la disposition du monde mutualiste et paritaire.

Partenaire d'une centaine de mutuelles, du secteur public au secteur interprofessionnel, en passant par les professions libérales, CNP Assurances entend accompagner les entreprises et renouveler la protection sociale en général. La création d'un nouvel ensemble d'épargne salariale avec le groupe Humanis fin 2013 va dans ce sens. Cette alliance prometteuse marque la volonté de CNP Assurances de renforcer ses liens avec le monde paritaire pour répondre aux nouveaux besoins des populations en France et en Europe.

Le service, garant de l'autonomie

L'ANI marquera un cap important pour les filiales d'assistance de CNP Assurances, pionnier de l'« assuristance ». De l'assistance juridique à la prévention et aux services à la personne, ce concept permet de proposer des offres nouvelles à même d'accompagner le salarié dans la durée et de l'aider à gérer son capital santé. La différence passe par les services, c'est la conviction de CNP Assurances.

Filassistance, spécialiste des services de proximité à la personne, propose ainsi une offre d'assistance en complément de l'assurance « cancer féminin ». Elle comprend des prestations d'assistance à tous les stades de la maladie, de la détection à l'accompagnement lors du traitement et jusqu'aux conséquences, et accompagne également les proches de la personne malade en les aidant à trouver des informations et des solutions.

Âge d'Or Services apporte son réseau de 160 franchisés et près de 1400 salariés spécialisés dans les services aux personnes à domicile. L'enseigne développe une nouvelle offre de garde itinérante de nuit pour permettre le maintien à domicile prolongé des personnes fragiles et teste un service de transport de personnes pour favoriser la mobilité et rompre l'isolement. Carrés Bleus, le plateau d'experts en optimisation des dépenses de santé, a mis au point un concept d'analyse de devis santé en optique, dentaire et audioprothèse qui permet aux assurés de mieux gérer le rapport qualité-prix de ces prestations.

C'est ainsi que CNP Assurances enrichit en permanence sa gamme de protections et services associés pour conforter l'autonomie des personnes, gamme qu'il envisage de soumettre au crible du label dépendance de la FFSA.



Assurer les aléas de l'existence et accompagner chacun pour mieux vivre tout au long de la vie est l'ambition de CNP Assurances.

CNP ASSURANCES REVISITE LE RISQUE DÉPENDANCE

Selon l'Insee, la France comptait 15,4 millions de personnes de plus de 60 ans en 2013, pour 1,7 million de garanties dépendance souscrites en 2011, selon la FFSA. Si le taux d'équipement plafonne à 10 % des personnes de plus de 60 ans, c'est parce que l'assurance dépendance ne répond pas aux besoins des utilisateurs. Pionnier de l'assurance dépendance, CNP Assurances a entrepris de refonder l'approche de ce risque. L'objectif est de rendre la garantie dépendance accessible à tous. La méthode consiste à partir des moyens du plus grand nombre, puis à définir le contenu optimal pour ce prix imposé. Produit individuel ou de groupe, part de la prime dédiée aux services et au risque, âge de la souscription, les simulations sont en cours. Mais CNP Assurances a acquis quelques certitudes. Un socle partagé de services favorisera la prévention et l'accompagnement. Utilisable dès la souscription, il permettra de tisser un lien entre l'assuré et l'opérateur et favorisera le maintien à domicile le plus longtemps possible.



une dynamique de croissance en Amérique latine

RENFORCER LA POSITION DU GROUPE
AU BRÉSIL ET ÊTRE ATTENTIF AUX
OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE SUR CE
CONTINENT EST UNE ORIENTATION STRATÉGIQUE
POUR L'AVENIR DE CNP ASSURANCES.



1995

Le Groupe ouvre sa première filiale en Amérique latine à Buenos Aires, **Argentine** : CNP Assurances Compañía de Seguros en partenariat avec Banco Credicoop.

2001

Le Groupe s'implante au Brésil avec l'acquisition de 51,75 % de Caixa Seguros, en partenariat avec Caixa Econômica Federal, 2º banque publique du pays.



3,1 Md€

Le chiffre d'affaires réalisé en Amérique latine progresse de 4,9 %. Hors impact défavorable de change, la croissance de l'activité est de 19,3 %, portée par une forte dynamique sur tous les segments au Brésil.

200

MILLIONS DE BRÉSILIENS

dont **29 millions** entrés dans la classe moyenne en 10 ans.

20_{ans}

C'est la durée de l'accord

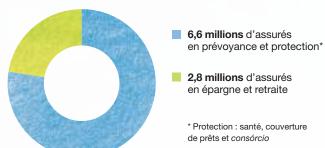
de distribution exclusif avec

Caixa Econômica Federal

6000points de vente au Brésil, dont

12500 agences de loterie

CAIXA SEGUROS: 5° ASSUREUR AU BRÉSIL





marché de l'assurance au monde + 16,8 % de croissance prévisionnelle par an entre 2012 et 2017

4

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES POUR L'AVENIR

- Accentuer l'équipement de la classe moyenne brésilienne
- Proposer des produits adaptés aux 105 millions de Brésiliens à faible revenu
- Diversifier les partenariats de distribution au Brésil
- Veiller sur les opportunités de croissance externe en Amérique latine



95 % de part du marché de la microassurance

+60%

de chiffre d'affaires par le canal Internet en 2013



Caixa Seguros, le modèle gagnant

DES PRODUITS UTILES ET ACCESSIBLES, DISTRIBUÉS
VIA TOUS LES CANAUX IMAGINABLES, C'EST
LA RECETTE DE CNP ASSURANCES POUR CAPTER
LA FORMIDABLE VITALITÉ DU MARCHÉ BRÉSILIEN.

Des acquis solides

La filiale brésilienne conçoit et commercialise des produits couvrant les risques liés à la personne et à son patrimoine, ainsi qu'une offre d'épargne alliant capitalisation et tirages au sort. Le segment épargneretraite est le plus gros contributeur au chiffre d'affaires de la filiale. L'assurance emprunteur, dont Caixa Seguros est le leader incontesté, couvre le prêt pour la résidence principale de 2,5 millions de Brésiliens. Les produits de consórcios, équivalent de la tontine, permettent l'achat d'un bien immobilier ou d'un véhicule via un tirage au sort débloquant le droit à l'utilisation d'une éparque de groupe. L'assurance automobile et la multirisque habitation complètent la gamme.

En 2010, la filiale met l'accent sur l'activité prévoyance. Trois ans après, son pro-

duit phare, Vida Empresarial, a conquis 106 351 entreprises. Son assurance funéraire dédiée aux ménages brésiliens les plus modestes, Amparo, affiche 219 512 polices en deux ans. En 2012, Caixa Seguros fait son entrée sur le marché très porteur de l'assurance santé et des soins dentaires. À fin 2013, avec la plateforme experte dédiée, le portefeuille de Caixa Seguros Saúde compte 58 276 assurés via des contrats groupe souscrits par 348 entreprises.

Une vision très positive

L'économie émergente brésilienne présente des particularités qui forcent la confiance. Sa stabilité et sa régulation sociale, la richesse de ses ressources naturelles et son potentiel de développement industriel sont des atouts de taille. Le marché brésilien de l'assurance bénéficie, quant à lui, de la transformation sociale en cours. Dans tous les pays émergents, la croissance économique génère une croissance des besoins d'assurance, mais le modèle brésilien le fait

plus massivement et plus vite qu'ailleurs. Parce qu'il est porteur de mobilité sociale immédiate et nourrit la classe moyenne à un rythme et dans des proportions qui font du Brésil un pays extrêmement prometteur. Sur une population de près de 200 millions d'habitants, 29 millions font aujourd'hui partie de la classe moyenne ou supérieure et accèdent à l'assurance classique, tandis que 105 millions de Brésiliens sont tout iuste entrés dans l'économie monétaire avec de faibles revenus. La très grande mobilité sociale aidant, ces populations nourriront bientôt la classe moyenne et le marché des assurances traditionnelles. Pour Caixa Seguros, prendre position auprès de ce vivier de clientèle de demain. c'est se donner toutes les chances d'être durablement un assureur majeur au Brésil.

Les atouts décisifs de Caixa Seguros

Au Brésil, le modèle de CNP Assurances donne toute sa mesure. Les produits répondent à des besoins exprimés. Ainsi, la complémentaire santé est le deuxième rêve des Brésiliens, juste après celui de devenir propriétaire de son logement. Seuls 10 % d'entre eux disposent d'une



PIONNIER DE LA COUVERTURE DES SOINS DENTAIRES

20 millions de Brésiliens n'ont iamais consulté un dentiste. Pour répondre aux besoins d'une grande partie de la population brésilienne, Caixa Seguros a décidé de proposer un service de qualité à bas coût et de favoriser une large distribution auprès des classes moyenne et supérieure. Début 2013, elle a lancé des produits de santé dentaire sur tout le territoire brésilien, distribués aussi bien sur Internet que dans les agences CAIXA et les centrales de telemarketing, avec un beau succès : plus de 22 000 contrats souscrits. Début 2014, l'acquisition de Tempo Dental vient renforcer la puissance de distribution de Caixa Seguros. C'est l'un des principaux acteurs du marché de l'assurance de frais de soins dentaires au Brésil, avec plus de 524 000 clients, et un important réseau de professionnels répartis dans tout le pays.

assurance pour couvrir leurs frais dentaires, ce qui ouvre un marché potentiel colossal. Le levier de la mutualisation et l'expertise de la maîtrise des risques du Groupe jouent à plein pour offrir des produits accessibles au plus grand nombre. Il suffit de quelques réals par mois pour accéder à la protection ou à l'épargne. Mais l'atout majeur de Caixa Seguros demeure sa puissance de distribution au plus

Mais l'atout majeur de Caixa Seguros demeure sa puissance de distribution au plus grand nombre. En premier lieu, grâce à son partenaire historique: la Caixa Econômica Federal. Un accord de distribution exclusif lui ouvre son formidable réseau jusqu'en 2021, soit plus de 3 000 agences bancaires et 12 500 bureaux de loterie implantés partout, notamment dans les *favelas*. Au-delà,

Caixa Seguros bénéficie de la popularité de la Caixa. Deuxième banque publique du Brésil, elle assume des missions de financement au cœur de la vie des Brésiliens. Elle distribue la « bourse famille », gère l'assurance chômage et réalise le rêve n°1 des Brésiliens en finançant environ 75 % des projets immobiliers du pays. Le tout forge sa notoriété et son image humaine auprès des populations à faible revenu, qui accèdent à l'assurance sans avoir jamais eu de compte en banque.

« Caixa Seguros a été la première compagnie d'assurances brésilienne à commercialiser des produits simples et accessibles. »

THIERRY CLAUDON directeur de la *business unit* Amérique latine

60000

points de vente à travers le Brésil, c'est le réseau de distribution de proximité dont dispose Caixa Seguros pour déployer ses produits de microassurance auprès de 105 millions de Brésiliens à faible revenu.



les innovations pour assurer tous les avenirs

Pour conforter son succès, Caixa Seguros multiplie les partenariats et investit de nouveaux canaux de distribution et Internet.

Des canaux de vente alternatifs et le multicanal

Sur un secteur très concentré, où les trois premiers assureurs se partagent 55 % du marché, Caixa Seguros continue de gagner des parts de marché en 2013. Pour amplifier son modèle gagnant, la filiale accélère la diversification de ses canaux de distribution. La prise de contrôle de Previsul va dans ce sens. Cette compagnie spécialiste de l'assurance de personnes est présente depuis plus de cent ans dans la région sud du Brésil, en particulier dans l'État du Rio Grande do Sul, où elle a conquis près de 600 000 assurés. Cette acquisition vient compléter le maillage géographique du Groupe sur un marché de 24 millions d'habitants et le fait entrer sur un nouveau canal de distribution, le courtage, avec près de 3 000 courtiers partenaires. Pour les Brésiliens, l'assurance est un produit de consommation comme un autre. C'est pourquoi Caixa Seguros investit les canaux de distribution de masse. Les agences de loterie placent ses produits d'assurance au cœur de la vie quotidienne des Brésiliens, y compris dans les *favelas*.

Avec 14 millions de visiteurs uniques du site et de la boutique virtuelle en 2013, la plateforme Internet, inaugurée en 2011, affiche des taux de croissance impressionnants, de 82 % en 2012 et 117 % en 2013.

Cap sur la microassurance et les produits de masse

En 2012, six compagnies ont recu l'habilitation de la SUSEP, autorité de contrôle du marché brésilien de l'assurance, pour distribuer des produits de microassurance. Seule Caixa Seguros a lancé cette activité en 2013. Son expérience de l'assurance populaire, avec environ 21 millions de produits vendus, a largement inspiré ses premières offres en matière de microassurance. Elles visent à préserver la situation socio-économique des populations à faible revenu. Nous parlons d'un marché estimé à plus de 105 millions de personnes, soit près de 60 % de la population brésilienne contre 40 % en 2004. Caixa Seguros leur apporte cette protection à un prix accessible avec des modalités d'adhésion simplifiées et des couvertures adaptées.

Ainsi, l'assurance *Amparo*, qui couvre le décès du chef de famille et la perte brutale de revenu, démarre à 2,50 réals par mois (moins de 1 euro), soit 30 réals par an (moins de 12 euros). Il suffit de quelques secondes pour concrétiser la vente. Le tout pour une

palette de garanties qui va du coût des obsèques, avec service d'assistance funéraire, au versement d'une rente et d'une aide alimentaire pendant 6 à 9 mois, et jusqu'à la participation à un tirage au sort mensuel de 20 000 à 60 000 réals. Caixa Seguros a pris une avance décisive dans cette activité, à la fois très porteuse et à forte utilité sociale, où elle détient 95 % de part de marché.

L'Argentine, la culture du partenariat

CNP Assurances Compañía de Seguros, la plus ancienne filiale du Groupe à l'international, s'affirme comme l'un des principaux assureurs du pays en matière d'assurance emprunteur et de prévoyance. En 2013, son chiffre d'affaires atteint 55,5 millions d'euros, en progression de 5 %, effet de change compris, mais de 30 % en devise locale. La signature de deux nouveaux accords de distribution avec des réseaux argentins stimule les ventes et complète le panel de partenariats scellés par la filiale. Au-delà de Banco Credicoop, son partenaire commercial de la première heure et actionnaire, les produits de CNP Assurances Compañía de Seguros sont commercialisés

INTERNET MONTE EN FLÈCHE

La dynamique multicanale de Caixa Seguros passe par le Web. En 2013, les ventes en ligne atteignent 115 millions de réals (soit environ 40 millions d'euros). La couverture de prêt immobilier et l'assurance automobile représentent 11,7 % de ce chiffre. L'assurance de soins dentaires apporte sa première contribution de 0,09 %. L'épargne avec tirage au sort, produit typiquement brésilien, réalise 0,10 % de son chiffre d'affaires en ligne. À fin 2013, la plateforme compte 3,3 millions de clients inscrits aux services en ligne, 14 millions de visites sur le site et la boutique virtuelle et 36 millions de pages vues. En 2014, Caixa Seguros travaillera avec la Caixa pour développer une pédagogie de la finance et de l'assurance à la portée de tous.

par plus de 500 agences bancaires (Banco Columbia, Citibank, Banco Cencosud...), un réseau de courtiers en assurance, des coopératives, des mutuelles et des associations. La compagnie a également créé un service de vente direct par téléphone via des conseillers. Un modèle ouvert qui permet à la filiale argentine de compter près de 3 millions d'assurés.

Et demain, en Amérique latine

Caixa Seguros privilégiera la croissance organique et accompagnera en priorité les ambitions de la Caixa, qui joue un rôle socio-économique croissant au Brésil. Plus largement, le Groupe cherchera à diversifier ses partenariats de distribution pour capter le flux croissant de populations accédant à l'assurance en Amérique latine et saura saisir les opportunités de croissance externe à même de consolider ses positions sur ce continent.



Pour les Brésiliens, l'assurance est un produit de consommation comme un autre. C'est pourquoi Caixa Seguros investit les canaux de distribution de masse.



CNP Assurances s'engage



pour une économie **durable**

48-53

Plus de création de valeur, de contribution à l'économie réelle, toujours plus de sélection dans les investissements et un double regard sur les risques. pour une entreprise attractive

54-57

Mobilité interne, formation, entretiens carrière, plan anti-stress : CNP Assurances accompagne les collaborateurs dans leur parcours professionnel. pour une société **humaine**

58-61

CNP Assurances s'attache à protéger le plus grand nombre, et sa Fondation d'entreprise œuvre à la protection de la vie.

accompagner dans la durée

SON HISTOIRE D'ENTREPRISE PUBLIQUE,
SA PRÉSENCE AU CŒUR DE LA VIE DES GENS ET
SON ANTICIPATION DES MUTATIONS DE LA SOCIÉTÉ
FORGENT L'ENGAGEMENT DE CNP ASSURANCES
DE MIEUX PROTÉGER TOUS LES AVENIRS AU
BÉNÉFICE DE TOUTES SES PARTIES PRENANTES.

3 DATES-CLÉS

2003

Adhésion au Pacte mondial de l'Organisation des nations unies (ONU)

2009

Signature de la charte de développement durable de l'Association française de l'assurance

2011

Adhésion aux Principes pour l'investissement responsable (PRI) de l'ONU, déploiement de la démarche de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) dans les filiales et publication du premier bilan RSE





engagements structurent la démarche RSE du groupe CNP Assurances

- Accompagner les collaborateurs dans la durée
- Assumer notre responsabilité économique
- Adapter nos offres à la diversité des besoins
- Réduire notre empreinte environnementale

BILAN RSE 2013

téléchargeable sur www.cnp.fr



principes du Pacte mondial de l'ONU guident l'action de CNP Assurances

à travers le monde.



Droits de l'homme

- 1. Promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans leur sphère d'influence
- 2. Veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme

Droit du travail

3. Respecter la liberté d'association et reconnaître le droit de négociation collective

- 4. Éliminer toutes les formes de travail forcé ou obligatoire
- 5. Abolir effectivement le travail des enfants
- **6. Éliminer la discrimination**en matière d'emploi
 et de profession

Environnement

7. Appliquer
l'approche de
précaution face
aux problèmes touchant
l'environnement

8. Prendre des initiatives tendant

à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement

9. Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement

Lutte contre

10. Agir contre la corruption sous toutes ses formes





+16%

La valeur 2013 de l'entreprise augmente de 16 %, une hausse assurée pour l'essentiel par l'activité opérationnelle.

44 Md€

investis dans les grandes entreprises françaises



pour une économie durable

EN 2013, CNP ASSURANCES AMÉLIORE SA RENTABILITÉ, CONFORTE SA GESTION PRUDENTE ET RESPONSABLE ET INVESTIT TOUJOURS PLUS DANS L'ÉCONOMIE RÉELLE, NOS ENTREPRISES ET NOS EMPLOIS.

Le choix de la création de valeur

En 2013, CNP Assurances et ses partenaires soutiennent la dynamique : le chiffre d'affaires progresse de 4,6 %, à 27,7 milliards d'euros, et la collecte nette du Groupe est positive. Fait marquant de l'année, le poids relatif des segments à forte valeur ajoutée augmente, et la marge sur affaires nouvelles progresse de 2,5 points, à 14,1 %, preuve de la concentration sur la création de valeur.

En France, ce choix se lit clairement. L'activité épargne retraite en unités de compte augmente de 35.6 %, et le chiffre d'affaires

prévoyance protection croît de 3,4 %, tandis que le segment épargne en euros enregistre une baisse de 5,8 %. À l'heure où la clientèle cherche à diversifier ses supports de placement, CNP Assurances se concentre sur la qualité de la production et augmente sa marge sur affaires nouvelles en 2013.

En Europe hors France, le chiffre d'affaires augmente de 71,2 % grâce à la conclusion d'un contrat de retraite collective pour 420 millions d'euros et affiche, hors celui-ci, une belle croissance de 50,7 % grâce à un retour à la normale en Italie après le choc extrêmement fort de 2012 et une bonne résistance de la production à Chypre. Sur l'ensemble de la zone, le chiffre d'affaires en unités de compte progresse de 76,6 %,

et la marge sur affaires nouvelles gagne 4,2 points, à 11,8 %, confirmant la priorité à la création de valeur, en ligne avec la stratégie de long terme.

Une position renforcée en Amérique latine

Tiré par la dynamique brésilienne, le chiffre d'affaires de CNP Assurances progresse de plus de 19 % à 3,1 milliards d'euros et le produit net d'assurance de plus de 22 % à périmètre et change constants. L'effet de change défavorable lié à la forte dépréciation du réal réduit la progression du chiffre d'affaires à 4,9 % et celle du produit net d'assurance à 7,3 %, mais l'Amérique du Sud demeure un puissant moteur de croissance pour le Groupe. En 2013, CNP Assurances a pris ses marques dans la microassurance et de nouveau gagné des parts de marché. Deux acquisitions sont venues renforcer la plateforme brésilienne: Previsul fait entrer Caixa Seguros sur le canal du courtage, et Tempo Dental propulse la filiale sur le segment porteur des soins dentaires.

La bonne santé du bilan

Les revenus du Groupe progressent de 2,1 % pour atteindre 3,2 milliards d'euros. La maîtrise des frais de gestion dans toutes les zones géographiques, contenus à + 1,6 % à périmètre et change constants, conforte ses résultats positifs. Le coefficient d'exploitation passe de 36,7 à 35,8 %, illustrant l'ambition de compétitivité du Groupe,



et le résultat brut d'exploitation s'établit à 2,4 milliards d'euros. Au final, le résultat net affiche une nouvelle progression de 8,3 %, à 1 milliard d'euros.

Des indicateurs de solidité au beau fixe

À fin 2013, les capitaux propres atteignent 14,6 milliards d'euros, dont 2,1 milliards de titres subordonnés, et la valeur de l'entreprise augmente de 16 %, une hausse assurée pour l'essentiel par l'activité opérationnelle. Ces bonnes performances permettent de maintenir un niveau de solvabilité extrêmement satisfaisant de

302 % dans la norme actuelle, en très légère hausse par rapport à 2012. Hors plus-values latentes, la marge de solvabilité sur fonds propres durs est de 115 %, un niveau stabilisé. En Solvabilité 2, le taux de couverture est estimé à 185 %. Parallèlement, la provision pour participation aux excédents s'élève à 4,4 milliards d'euros à fin 2013, un niveau extrêmement élevé correspondant à 1,97 % des provisions sur les contrats en euros.

Le Groupe se concentre sur la qualité de la production et augmente sa marge sur affaires nouvelles de 2,5 points, soit 14,1 % en 2013.

un partenaire-clé de l'économie française

Investisseur institutionnel majeur en France avec près de 123 milliards d'euros investis dans l'économie, CNP Assurances réoriente et optimise sa gestion d'actifs au bénéfice de tous.

Un soutien massif aux grandes entreprises

Avec plus de 44 milliards d'euros (1) investis dans les grandes entreprises françaises, CNP Assurances est un partenaire-clé de leur développement en France et à l'international. Le Groupe détient près de 35 milliards d'euros en obligations dans des entreprises de tous les secteurs, dont des fleurons de l'économie française qui dynamisent le commerce extérieur : luxe, industrie, commerce, banques, télécommunication. CNP Assurances est également actionnaire à hauteur de 9,3 milliards d'euros d'entreprises françaises opérant dans des domaines aussi variés que l'énergie, l'automobile, l'alimentaire ou la beauté. Directement associé à leur avenir, le Groupe échange régulièrement avec ces sociétés et vote à leurs assemblées générales.

Fidèle à sa politique d'investissement sur le long terme, CNP Assurances porte les obligations jusqu'à maturité et les actions sur des durées longues (sept ans en moyenne), offrant aux entreprises la stabilité et la visibilité dont elles ont besoin pour mener à bien leur stratégie de croissance.

Un accompagnement renforcé des PME et des ETI

Présente dans le capital-investissement depuis 1992, CNP Assurances est l'un des principaux investisseurs français dans les entreprises non cotées, avec 3,1 milliards d'euros d'exposition nette à fin 2013, soit 1.6 milliard investis en valeur bilan nette et 1,5 milliard engagés mais non encore investis. Le Groupe s'appuie sur des fonds spécialisés qu'il sélectionne sur leur stratégie d'investissement, leurs équipes et leur capacité à accompagner le développement des entreprises dans la durée. 70 % de ces fonds investissent en France et en Europe. CNP Assurances soutient ainsi près de 500 entreprises françaises réalisant moins de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires aux différents stades de leur développement (démarrage, croissance, transmission). Des start-up innovantes aux PME bien implantées sur leur marché, du secteur de la haute technologie à l'industrie traditionnelle, ces entreprises jouent un rôle stratégique dans le renforcement du tissu économique français, la création d'emplois et l'attractivité internationale du territoire.

En 2013, le lancement des fonds obligataires Novo est venu diversifier la palette des financements destinés aux entreprises de taille moyenne et intermédiaire. Les deux premiers fonds obligataires d'envergure associent la Caisse des Dépôts et dix-sept grands assureurs, dont CNP Assurances, et totalisent près de 1 milliard d'euros d'engagements. La participation de CNP Assurances en 2013 s'élève à 100 millions d'euros, preuve de la volonté du Groupe d'apporter un soutien résolu à l'économie réelle du pays.

Un investisseur public

Avec 55,4 milliards d'euros d'obligations de l'État français souscrits à fin 2013, CNP Assurances contribue aux investissements publics, au soutien à la demande et aux infrastructures nationales. CNP Assurances porte également plus de 17,3 milliards d'euros de dettes émises par des entreprises et des organismes publics comme Réseau ferré de France, SNCF et la RATP. Au cœur des territoires, CNP Assurances finance les projets des régions (Ile-de-France et PACA, notamment), des départements ou des villes.

Un acteur majeur des projets d'infrastructures

Transport ferroviaire, maritime et fluvial, énergie, y compris renouvelable, traite-

ment des eaux et des déchets ou réseaux d'information : les projets d'infrastructures appellent des financeurs puissants et de long terme. CNP Assurances voit dans cette classe d'actifs l'opportunité de diversifier son portefeuille tout en optimisant son ratio rendement-risque. À fin 2013, le Groupe a investi 763 millions d'euros dans des projets français via des fonds spécialisés « de dette à compartiments infrastructure et immobilier ».

Le protocole d'accord signé mi-2013 avec Natixis en vue d'investir conjointement dans des prêts d'infrastructures a déjà donné lieu à deux premières opérations. CNP Assurances sélectionne les proiets qui l'intéressent en visant un investissement de 50 à 150 millions d'euros par opération. En 2013, CNP Assurances a également répondu à la levée du premier fonds de dette de La Banque Postale Asset Management (LBPAM). Ses actifs sont répartis en deux compartiments : infrastructure (équipements sociaux, transports, utilities, environnement) et immobilier (bureaux, commerce, résidentiel, logistique). La zone d'investissement est principalement l'Europe de l'Ouest et du Nord. CNP Assurances a déjà engagé 300 millions d'euros et entend accompagner la croissance de ce fonds. À trois ans, elle vise un portefeuille de financements d'infrastructures qui pourra atteindre 2 milliards d'euros.

500 entreprises françaises réalisant moins de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires sont soutenues par CNP Assurances.

Le cap volontaire de l'immobilier

CNP Assurances est peu exposée sur ces actifs. Ils représentent près de 6 milliards d'euros en valeur bilan nette à fin 2013, soit environ 3 % de son portefeuille, et offrent des rendements de très bonne qualité. Le Groupe est candidat au fonds de logement intermédiaire en cours de constitution en France, et complète dès à présent son portefeuille de logements pour les particuliers. Il diversifie, par ailleurs, son portefeuille immobilier d'un point de vue géographique en investissant dans des centres commerciaux et des hôtels d'Europe du Nord, notamment en Scandinavie.

1. Les données chiffrées des investissements sont en valeur bilan nette.



AUX CÔTÉS DES INDUSTRIELS FRANÇAIS

6,05 % du capital d'Arkema et 5,25 % du capital de SEB, deux leaders de leur secteur : ce sont les premiers investissements significatifs réalisés par le Fonds stratégique de participations (FSP). Fondé en 2012 par quatre assureurs majeurs dont CNP Assurances, le FSP apporte son soutien à la stratégie des entreprises françaises du SBF 250, sélectionnées pour leur solidité financière, leur capacité d'innovation et leur visibilité.

1ER PROPRIÉTAIRE PRIVÉ DE FORÊTS EN FRANCE

CNP Assurances investit dans les forêts depuis cinquante ans et est aujourd'hui le premier propriétaire privé de forêts en France avec plus de 54 443 hectares à fin 2013. La Société forestière, filiale à 50 %, assure la gestion durable de ces forêts, qui sont certifiées PECF et ISO 9001. Elle a pour mission d'assurer la sécurité des forêts, de développer la biodiversité et d'anticiper sur les effets du changement climatique.



302%

C'est le taux de couverture des risques* record atteint par CNP Assurances en Solvabilité 1. Il est estimé à 185 % à fin 2013 à l'aune de Solvabilité 2, soit une nouvelle hausse notable de 15 points.

* Rapport des fonds propres éligibles sur le capital réglementaire

2,3 Md€

C'est le montant des encours de fonds socialement responsables souscrits par CNP Assurances à fin 2013.



une gestion maîtrisée des risques

À l'heure où les règles prudentielles de la directive Solvabilité 2 évoluent, CNP Assurances conforte sa gestion prudente et responsable des risques de son métier.

Omnibus 2 change la donne

Les compagnies d'assurances doivent disposer de réserves couvrant l'intégralité de leurs engagements vis-à-vis des assurés et au-delà, de fonds propres réglementaires pour faire face à l'imprévu. La directive Solvabilité 2 fait évoluer l'indicateur phare de la santé des compagnies d'assurances : le taux de couverture des risques. À fin 2013. CNP Assurances l'estime à 185 %, en progression de 15 points par rapport à fin 2012, un niveau de solvabilité bien au-delà des exigences minimales. En novembre 2013, la directive technique Omnibus 2 est venue amender la directivecadre sur un point-clé : l'alignement des garanties de long terme (contrats d'assurance vie, de prévoyance et de retraite) sur des investissements de long terme. Les nouvelles règles de solvabilité entreront en vigueur le 1er janvier 2016.

Vers une filière risques Groupe intégrée

Dans ce contexte, CNP Assurances a souhaité renforcer encore la surveillance et la maîtrise de ses risques et a ainsi créé une fonction risques Groupe. Elle assurera la cohérence de l'évaluation, la prise de décision et la surveillance de l'ensemble des risques, opérationnels, financiers et techniques. Elle veillera au respect du principe du « double regard » indépendant des responsables métier. Elle a vocation à veiller à l'adéquation des ambitions stratégiques de CNP Assurances avec les fonds propres du Groupe.

Le filtre ESG, gage de qualité des investissements

Convaincue que les qualités extra-financières d'un placement optimisent le couple rendement-risque sur le long terme et justifient la confiance que les assurés lui accordent. CNP Assurances sélectionne ses investissements à l'aune de critères d'ordre environnemental, social et de gouvernance (ESG). Inaugurée en 2006 sur le portefeuille d'actions, l'approche a gagné le compartiment obligations souveraines en 2010. En France, le Groupe capitalise sur les analyses de ses asset managers Natixis AM et La Banque Postale AM pour les entreprises et sur les évaluations d'organisations non gouvernementales pour les États. Il exclut tout investissement dans des sociétés d'armement fabriquant des mines antipersonnel ou des bombes à sous-munitions et dans les fonds qui spéculent sur les matières premières agricoles. L'adhésion aux Principes pour l'investissement responsable (PRI) de l'ONU, en 2011, a

consacré la démarche, étendue au compartiment obligations *corporate* en 2012. À fin 2013, 80 % des actifs adossés aux contrats de CNP Assurances sont gérés en intégrant des critères ESG. Cette même démarche se déploie dans les filiales, tout particulièrement au Brésil.

L'offre ISR donne du sens aux placements

Un Français sur deux dit accorder une place importante aux critères sociaux et environnementaux dans ses décisions de placement. Le groupe CNP Assurances et ses partenaires s'attachent à promouvoir les supports ISR (investissement socialement responsable). À fin 2013, près de 85 000 contrats d'assurance vie individuelle comportent des fonds ISR, soit 319 millions d'euros d'encours, en augmentation de plus de 9 % par rapport à fin 2012.



LA VIGILANCE ANTIBLANCHIMENT

La lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme est une obligation et une préoccupation forte des acteurs financiers de la place. Les procédures mises en œuvre par le groupe CNP Assurances et ses réseaux partenaires visent à détecter les opérations ou les clients « suspects » tout au long de la relation d'affaires. Les équipes en contact direct avec les clients sont impliquées en priorité, une filière de près de vingt personnes relaie les consignes au sein des directions, et cinq personnes à la direction des risques et de la conformité assurent un contrôle permanent. La vigilance porte essentiellement sur l'origine des fonds. Le suivi dans le temps des opérations effectuées, dès l'ouverture des comptes ouverts chez nos partenaires distributeurs, et l'interdiction des versements et retraits en espèces sont des éléments forts de sécurisation. Pour autant, la vigilance mobilise l'ensemble des collaborateurs et s'applique à tous les temps de la vie du contrat.

La fonction risques du Groupe veille à maintenir le double regard indépendant des responsables métiers et de la direction des risques.



10ans

d'engagement pour la diversité 2003 Adhésion au Pacte mondial de l'ONU et à son principe de non-discrimination au travail 2009 Obtention du Label Diversité 2010 4° accord sur l'insertion des personnes en situation de handicap 2011 2° accord en faveur de l'égalité professionnelle femme-homme 2013 Plan d'action

« Contrat de génération »

N°1

En 2013, Caixa Seguros se classe en tête des assureurs brésiliens pour la gestion de ses ressources humaines. C'est le prix décerné par le guide Época NEGÓCIOS 360° à l'issue d'une étude comparée des meilleures pratiques dans 250 entreprises du pays.



pour une entreprise attractive

EN 2013, CNP ASSURANCES SE MOBILISE POUR RELEVER
DES DÉFIS STRATÉGIQUES ET S'ATTACHE PLUS QUE
JAMAIS À ACCOMPAGNER CHAQUE COLLABORATEUR.

Des équipes fidèles et de haut niveau

En 2013, l'effectif de CNP Assurances affiche une légère baisse de 3 %, due à l'effet conjuqué d'une vaque de départs à la retraite et d'un recrutement raisonné dans un environnement économique contraint. Le Groupe dans son ensemble affiche 415 recrutements, dont des managers experts sur les axes de développement stratégiques. La part des cadres de CNP Assurances (56 %), très supérieure à la moyenne de la profession, continue d'augmenter et traduit le niveau de professionnalisation des équipes. À fin 2013, l'ancienneté moyenne s'établit à 15,8 ans, preuve de l'attachement des salariés à l'entreprise et de l'intérêt de ses carrières.

Des opportunités de parcours professionnels

Premier vecteur de pourvoi de poste, la mobilité interne enrichit les parcours de CNP Assurances. En 2013, 88 % des postes en contrat à durée indéterminée ont été pourvus en interne. Outil-clé de la gestion des carrières, l'entretien d'activité

permet à chaque collaborateur de faire le point avec son manager sur son projet professionnel, 96 % des salariés du Groupe en bénéficient. Autant de leviers d'évolution qui concourent à la fidélisation des collaborateurs et à l'attractivité de CNP Assurances.

Des gains de compétences pour tous

La technicité des métiers de l'assurance s'accroît sous la pression des nouvelles réglementations financières et juridiques et des exigences de qualité des clients. CNP Assurances consacre plus de 5 % de sa masse salariale à la formation. Elle concerne tous les ans les trois quarts de l'effectif et porte sur les grands domaines d'expertise du Groupe, techniques d'assurance en tête, et fait progresser la culture risques dans l'entreprise. En 2012, près de 700 collaborateurs ont mesuré les impacts de la norme Solvabilité 2. En 2013, près de 350 experts concernés par sa mise en

ceuvre ont approfondi « l'art des calculs » appliqué à leurs besoins métier. Par ailleurs, des actions de formation ciblées renforcent la maîtrise de sujets pointus comme la compliance pour les financiers investisseurs et la lutte contre le blanchiment.

Au Brésil, Caixa Seguros a créé le premier cours de spécialisation en actuariat du pays, en partenariat avec l'université fédérale de Rio de Janeiro. En France, le déploiement d'un module de sensibilisation à la culture économique et financière en mode *e-learning* a fait progresser le taux de formation au niveau élevé de 86 % des collaborateurs de CNP Assurances.

800 collaborateurs ont bénéficié d'entretiens « carrière »

Souhait d'évolution professionnelle, reprise de poste après une longue absence, gestion de deuxième ou troisième partie de carrière : les entretiens carrière permettent aux collaborateurs du Groupe de faire le point sur leur parcours et de se projeter dans l'avenir. En 2013, plus de 1300 entretiens « carrière » ont été conduits auprès de 800 collaborateurs.



En deux ans, près de cent cinquante collaborateurs ont pu suivre une formation diplômante leur permettant de poursuivre un projet professionnel élaboré au sein du Groupe.

L'ART D'ÊTRE MANAGER

Relais de la stratégie de l'entreprise, les managers sont initiés aux pratiques du Groupe en matière de recrutement, de rémunération ou de développement professionnel dans le cadre de la conduite du changement. L'Institut du management forme chaque année une trentaine de nouveaux managers. En 2013, le programme dédié aux cadres dirigeants s'est poursuivi. Espace de cocréation, les « ateliers dirigeants » permettent d'identifier les nouvelles postures managériales adaptées aux évolutions du Groupe, de modéliser les bonnes pratiques et de faire évoluer le *leadership* de CNP Assurances.

Le premier diagnostic du stress

Depuis 2009, CNP Assurances accorde une attention soutenue à la prévention du stress et des risques psychosociaux. L'accord conclu avec les organisations syndicales en 2012 crée un cadre partagé propice à l'identification, la prévention et la gestion de ces risques. Il décrit l'ensemble des dispositifs qui concourent à créer un environnement de travail serein : la médiation sociale interne, le dispositif d'écoute extérieur à l'entreprise, ouvert à tous les salariés, la formation des managers ou encore le diagnostic des risques psychosociaux ressentis par les collaborateurs. Un premier diagnostic a été réalisé au printemps 2013. Il montre une légère diminution des niveaux d'exposition aux risques psychosociaux par rapport à la précédente enquête de 2005 et fait émerger quatre facteurs de stress : la pression du temps, la visibilité réduite sur l'avenir de l'entreprise, la dimension humaine du management et les dysfonctionnements informatiques.

Des mesures immédiates pour le bien-être au travail

Le plan d'actions mis en œuvre sur les deux prochaines années s'attachera en

particulier à renforcer les bonnes pratiques managériales, à développer la perception d'équité dans les processus ressources humaines et à améliorer la communication interne. Ainsi, un guide pratique de conduite du changement sera diffusé à tous les managers de CNP Assurances, et les nouveaux se verront proposer un accompagnement sur les « 100 premiers jours » de leur prise de fonctions. Le dispositif d'expression collective, qui permet de faire remonter les préoccupations des salariés, constitue également une occasion appréciée d'échange avec le management. Côté matériel, le plan prévoit un renouvellement important des postes de travail et une organisation rapprochée des utilisateurs pour solutionner sans délai les incidents informatiques.

L'équilibre personnel en plus

Au-delà de l'environnement de travail, CNP Assurances innove pour permettre à ses salariés de concilier vie personnelle et vie professionnelle. Ainsi, 21 % des collaborateurs ont choisi de travailler à temps partiel. Sur les sites d'Arcueil et d'Angers, des places de crèche sont réservées aux salariés de CNP Assurances. Chaque année, près de la moitié des collaborateurs épargnent une partie de leurs jours de RTT sur un compte épargne temps en vue de la réalisation de leurs projets personnels.

La diversité est une force

L'engagement de CNP Assurances en faveur de la diversité remonte à 1995, et plusieurs indicateurs en témoignent. Les personnes en situation de handicap représentent 5.7 % de l'effectif.

46,7 % des femmes sont cadres chez CNP Assurances alors qu'elles sont 35 % dans la profession. Au palmarès des entreprises du SBF 120 les plus avancées en matière d'égalité hommes-femmes, CNP Assurances se classe à la 16^e place pour la part des femmes aux postes-clés de l'entreprise. Elles représentent 28,9 % des cadres de direction à fin 2013, 33 % du conseil d'administration et plus de 38 % du comité exécutif de CNP Assurances. Cette diversité a valu à l'entreprise le Label Diversité dès sa création en 2009, et son renouvellement au fil des années après l'audit de l'AFNOR. Lors de l'évaluation de fin 2013, et sans préjuger de ses résultats, les auditeurs ont souligné la dynamique de progrès continue.

Un dialogue social soutenu

Les vingt-cinq réunions du comité d'entreprise tenues en 2013, les accords couvrant les domaines-clés de la vie sociale et les moyens syndicaux bien supérieurs aux obligations légales témoignent de la vigueur du dialogue social chez CNP Assurances. En 2013, deux projets majeurs ont mobilisé le comité d'entreprise : la fusion de la filiale d'épargne salariale Fongepar avec celle d'Humanis et la nouvelle organisation du Groupe pour accompagner ses ambitions stratégiques. Pas moins de six accords ont été signés dans l'année, et trois négociations ont été ouvertes, qui se poursuivent en 2014, dont celle portant sur la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC).

Le contrat de génération est lancé

Nouvelle obligation de 2013, le « contrat de génération » vise à favoriser l'insertion des jeunes dans le monde professionnel, le maintien des salariés seniors dans l'emploi et la transmission des compétences entre les générations. Le plan d'actions de CNP Assurances rappelle le principe de non-discrimination cher à l'entreprise et propose un ensemble de mesures adaptées à son contexte. L'embauche de jeunes de moins de 30 ans, le maintien à son niveau actuel de la part des 55 ans et plus dans l'effectif du Groupe (près de 20 %) et des jeunes alternants (97 à fin 2013), le renforcement des politiques de tutorat et la veille active sur les fonctions occupées par les salariés seniors pour préserver les compétences-clés de l'entreprise.



Au palmarès des entreprises du SBF 120 les plus avancées en matière d'égalité hommesfemmes, CNP Assurances se classe à la 16° place.

LES FEMMES DE CNP ASSURANCES À L'HONNEUR

Les Trophées de la femme dans l'assurance, organisés en décembre 2013 par l'Argus de l'assurance, ont remarqué deux femmes du Groupe. Frédérique Cintrat-Bargain, directrice marketing et commerciale de la filiale Filassistance, remporte le trophée de la femme commerciale et celui de la femme de l'année dans l'assurance après le vote des internautes. Une femme de réseaux et pas seulement féminins.

Gabriela Ortiz de Rozas, directrice de la stratégie, du marketing et de la communication de Caixa Seguros, était nommée dans la catégorie « femme à l'international ». De nationalité argentine, elle débute sa carrière dans l'assurance en 1997 comme analyste marketing dans la filiale argentine de CNP Assurances, s'expatrie au Brésil en 2001 pour accompagner la création de Caixa Seguros, revient prendre la direction de la filiale argentine en 2009 et retourne au Brésil prendre la tête de la nouvelle direction de la stratégie en 2011. Une femme de challenges sans frontières.

2,50 réals

Soit moins de 1 euro par mois, c'est le prix imbattable de l'assurance funéraire *Amparo* proposée par Caixa Seguros. En cas de décès du responsable de famille, elle couvre le coût des obsèques, un service complet d'assistance funéraire et le versement d'une aide alimentaire pour la famille du défunt pendant trois mois.

160 ans

d'observations, d'expériences et de calculs ont permis au Groupe de faire progresser les conditions d'accès à l'assurance.



pour une société humaine

LE MÉTIER D'ASSUREUR DE PERSONNES PLACE CNP ASSURANCES AU CŒUR DE LA VIE DES GENS ET DES RÉALITÉS DE LA SOCIÉTÉ. LE GROUPE S'ATTACHE À CONCEVOIR DES GARANTIES UTILES À CHACUN ET ACCESSIBLES À TOUS.

Répondre à un besoin essentiel

La crise économique menace des piliers de nos systèmes de protection. Les remboursements de l'assurance maladie diminuent, le temps d'indemnisation du chômage se réduit, le système de retraite par répartition est mis à mal par le déséquilibre des générations. Aujourd'hui, l'avenir est plus incertain. L'assurance apporte une protection plus utile que jamais, en particulier pour les plus fragiles et les moins aisés. Tout conforte le rôle sociétal de CNP Assurances et son choix historique d'être l'assureur de tous et de tous les avenirs.

Le subtil équilibre de CNP Assurances

Le savoir-faire de CNP Assurances repose sur 160 ans d'observations et de calculs. Son analyse des risques s'est affinée au fil des ans et des événements. En matière de santé, le Groupe intègre mieux les progrès de la prise en charge médicale et les avancées thérapeutiques qui font baisser le niveau de risques. Dans le même temps, CNP Assurances s'est perfectionnée dans l'art de mutualiser les risques, et la taille du Groupe a renforcé l'assiette des calculs. C'est cet équilibre entre l'évaluation pointue des risques assurantiels et la gestion rigoureuse des garanties à l'échelle de CNP Assurances qui fait progresser les conditions d'accès à l'assurance.

Les tarifs les plus accessibles

Engagée depuis toujours contre l'exclusion financière, CNP Assurances permet au plus grand nombre de sécuriser leur avenir en proposant des montants minimaux de souscription volontairement limités pour tous les types de produits. 30 euros en assurance vie, par exemple, un montant minimal de souscription qui représente plus de la moitié des souscriptions en 2013. En prévoyance, il suffit de 3 euros par trimestre

pour accéder à la « garantie urgence » et son capital minimal de 7500 euros.

Au Brésil, Caixa Seguros a été la première compagnie d'assurances à protéger les populations à faible revenu, dès 1995. Depuis, la filiale brésilienne est devenue le leader de la microassurance avec 95 % de part de marché. Son produit phare, l'assurance funéraire *Amparo*, inclut une large palette de garanties pour un prix de 2,50 réals (moins de 1 euro) par mois, et affiche plus de 218 000 polices vendues depuis son lancement en 2011.

Une couverture aux garanties étendues

Parce qu'une majoration de tarif ou des restrictions de garanties peuvent priver d'un projet d'avenir, notamment immobilier, CNP Assurances s'est fortement investie dans l'assouplissement de la convention AERAS et s'attache à la mettre en œuvre. En 2013, plus de 120000 personnes présentant un risque aggravé de santé ont bénéficié de la garantie d'invalidité spécifique. Comme les années précédentes, sur l'ensemble des demandes d'assurance emprunteur, CNP Assurances n'en a refusé que 0,2 %.

L'avantage sociétal le plus avancé

Le groupe CNP Assurances vit au rythme de la société et veille sur ses évolutions pour affiner son offre et mieux assurer tous les



Tout conforte le rôle sociétal du groupe CNP Assurances et son choix historique d'être l'assureur de tous et de tous les avenirs.

avenirs. Les recherches des chaires dont il est partenaire nourrissent ses réflexions sur les enjeux du vieillissement de la population. Les groupes de travail sur les grandes pathologies lui permettent d'actualiser ses connaissances thérapeutiques et ses profils de risques. Les garanties suivent. Les

contrats d'assurance s'enrichissent de prestations d'assistance intégrées comme l'accompagnement des femmes atteintes du cancer ou la préparation à la retraite. La « Protection active emploi » associe un soutien financier et une aide personnalisée au retour à l'emploi.

À L'ÉCOUTE DES ASSURÉS

Assureur de personnes, CNP Assurances cultive la proximité. Contacter le service aux assurés est simple. En 2013, 1,4 million d'appels ont été reçus en assurance individuelle, avec un taux d'accessibilité de 88 %. Enfin, en matière de réclamation, CNP Assurances a mis en œuvre l'année dernière un formulaire de réclamation client sur son site Internet, précisant les modalités adaptées à chaque catégorie de contrats et chaque réseau distributeur. Le nombre de réclamations auprès de CNP Assurances continue depuis d'être toujours marginal, autour de 0,05 %. En cas de litige, le service de médiation constitue une voie de recours amiable, humaine par excellence. Ses coordonnées sont systématiquement précisées sur les contrats. Cette visibilité renforce son utilisation avec 1 374 saisines en 2013.

la Fondation CNP Assurances en actions

La Fondation CNP Assurances soutient des projets qui font progresser la santé et des initiatives qui font croire en l'avenir.

20 ans d'engagement

Créée en 1993 sous l'égide de la Fondation de France et sous le signe de la vie, la Fondation CNP Assurances s'est donné, dès l'origine, une mission de santé publique. En 1999, elle choisit de concentrer ses efforts sur un axe-clé : faire reculer la douleur à tous les âges de la vie. Dix ans plus tard, elle inaugure un deuxième axe fort : l'urgence cardiaque et les premiers secours. Devenue fondation d'entreprise en 2011, elle se voit doter d'un budget de 4 millions d'euros sur cinq ans pour poursuivre sa mission. En 2013, forte de vingt ans d'engagement, CNP Assurances évalue ses axes d'intervention à l'aune des mutations de la société et de sa vision renouvelée du métier d'assureur de personnes. Les deux appels à projets font émerger soixante-six candidatures, la Fondation en retient trente-sept.

Pour sauver des vies

L'urgence cardiaque est le deuxième axe d'intervention de la Fondation. Elle soutient les communes de France qui souhaitent installer des défibrillateurs dans les lieux publics et sensibiliser le plus grand nombre aux gestes des premiers secours.

En 2013, la Fondation a accompagné quarante-deux collectivités locales dans l'implantation de défibrillateurs, d'Astillé à Méricourt-sur-Somme et Salon-de-Provence, portant à plus de 2 100 le nombre d'appareils installés en cinq ans.

Pour redonner l'envie de rire

La Fondation CNP Assurances aide les équipes médicales et les associations à faire progresser la prise en charge de la douleur, en médecine de ville comme à l'hôpital. En 2013, elle soutient deux nouvelles études de recherche clinique, portant l'une sur la douleur de l'arthrose, l'autre sur la douleur du nouveau-né prématuré. et renouvelle son soutien à l'association Nez à Nez. Tous les jeudis, ses clowns investissent les chambres et les couloirs du service d'hémato-oncologie pédiatrique de l'hôpital Charles-Nicolle à Rouen. Ils détournent les enfants de la douleur et leur redonnent envie de rire pour mieux faire face à la maladie.

Entraîner les collaborateurs

La Fondation incite les collaborateurs de CNP Assurances à s'engager à leur tour en soutenant les projets qui leur tiennent à cœur. En 2013, la Fondation a sélectionné quatre projets qui changent la donne localement. L'association Pour le village de Samaane a été créée, en 2005,

par une collaboratrice de CNP Assurances pour aider les habitants de ce village de brousse du Sénégal à se construire un avenir. Depuis, la Fondation a financé deux projets à caractère sanitaire, et une cinquantaine de collaborateurs de CNP Assurances ont rejoint l'association. À l'été 2013, grâce au soutien de la Fondation, un groupe de huit étudiants est parti prêter main-forte aux habitants du village. Au programme : alphabétisation, sensibilisation à l'hygiène et construction avec les habitants de sanitaires en dur à l'école.

L'autre initiative est portée par un collaborateur bénévole de l'association Santiago accessible, qui fait progresser l'insertion et la mobilité des personnes handicapées. Son projet est original: emmener douze personnes handicapées en pèlerinage à Saint-Jacques-de-Compostelle durant l'été 2013 et sensibiliser le grand public aux enieux de l'accessibilité à toutes les étapes.

Donner le goût de la compétition

CNP Assurances est mécène de l'association Handi Equi' Compet depuis sa création, en 2007. En 2013, elle lui a apporté un soutien de 102 000 euros pour favoriser l'accompagnement équestre, physique et moral des cavaliers présentant un handicap moteur et/ou sensoriel qui participent

à des compétitions nationales et internationales de haut niveau. Ainsi, le Concours para-équestre de dressage international 3 étoiles de Deauville a réuni douze nations au printemps 2013 et valorisé le handisport équestre aux yeux de tous.

Réfléchir aux défis de demain

Pionnier de l'assurance de personnes depuis 160 ans, CNP Assurances entend le rester et soutient des travaux de recherche avancée sur ses grands sujets. Mécène de la Fondation du Risque, elle finance la chaire « Transitions démographiques, transitions économiques », dont les trente-huit économistes explorent la relation entre vieillissement et santé et le « vivre-ensemble » dans une société vieillissante. Pour favoriser la libre réflexion sur les enjeux politiques et économiques futurs, CNP Assurances contribue au financement des activités de la Fondation Jean-Jaurès et de l'Institut Montaigne. Enfin, CNP Assurances est partenaire de la Chaire ESSEC du Changement, laboratoire de recherches et lieu d'échange des meilleures pratiques de conduite du changement.



CNP Assurances évalue ses axes d'intervention à l'aune des mutations de la société et de sa vision renouvelée du métier d'assureur de personnes.

L'INSTITUT SOCIAL CAIXA SEGUROS EST NÉ

La filiale brésilienne œuvre en faveur de la jeunesse défavorisée et a décidé de placer son action sous l'égide d'un institut. Ses programmes couvrent trois champs. Le social, avec *Jovem de Expressão* par exemple, un programme de lutte contre la violence chez les jeunes des banlieues de Brasília. L'environnemental, avec *Carbono Seguro* notamment, qui vise à maîtriser les émissions de CO₂ et à préserver la biodiversité. Le culturel et le mécénat pour soutenir des projets franco-brésiliens comme le film *Rouge Brésil*.

Premier institut adossé à une compagnie d'assurances au Brésil, l'Institut social Caixa Seguros renforce la visibilité des programmes menés par la filiale autant que sa détermination à œuvrer encore davantage.

découvrez notre nouveau site www.cnp.fr

Redécouvrez CNP Assurances, ses activités, ses engagements et ses performances, partagez son actualité, ses innovations et les réponses aux questions-clés en matière d'assurance vie, de retraite et de prévoyance.

Particulier, professionnel, candidat, journaliste, actionnaire ou analyste: le nouveau site permet d'accéder directement à son espace et à l'information recherchée.

Conforme aux exigences d'accessibilité numérique, compatible avec tous les supports (tablettes, smartphones) et bilingue anglais-français, il reflète l'engagement de CNP Assurances d'assurer tous les avenirs.

consultez nos publications

Disponibles, en français et en anglais*, sur simple demande à CNP Assurances et téléchargeables

sur www.cnp.fr ou www.cnp-finances.fr







^{*} À l'exception du guide de l'actionnaire 2014, en français uniquement.





La démarche de responsabilité sociétale d'entreprise concrétise l'engagement de CNP Assurances vis-à-vis de ses parties prenantes. Cet engagement se traduit en indicateurs RSE calés sur les enjeux-clés de l'entreprise et publiés depuis 2006. Le *bilan RSE* présente les avancées de l'entreprise vis-à-vis de chacune de ses parties prenantes et répond au besoin d'informations extra-financières de la place.

Mai 2014 - CNP Assurances - Direction de la communication et du marketing stratégique - Conception et réalisation @Textuel La Mine - Crédits photos : Getty Images (couverture et p. 35 bas, 41 droite, 43 gauche, 44-45, 59 gauche, 61 gauche); Julie Guiche/Picturetank (p. 4-5); Franck Juery pour CNP Assurances (p. 8, 9, 11, 13, 61 droite; les portraits p. 23, 25, 29); Jean-Marc Barrere/Hemis (p. 18-19, 21); Plainpicture (p. 23, 24, 25 haut, 29, 31 droite, 37, 49 gauche, 51 droite, 52, 53, 54, 55, 57 haut); Corbis (p. 25 bas); Merian/Studio x (p. 26-27); Thinkstock (p. 31 gauche); Pierre Yves Brunaud/Picturetank (p. 32-33); Jean-Luc Bertini/Picturetank (p. 35 haut, 41 gauche, 57 bas); Bertrand Gardel/Hemis (p. 38-39, 40); Daniel Madsen (portrait p. 41); Jean Lionel Dias /Picturetank (p. 49 droite); Graphicobsession (p. 51 gauche); Camille Moirenc/Hemis (p. 58, 59 droite) - Fabrication: E-Graphics







CNP ASSURANCES

Société anonyme au capital de 686 618 477 euros entièrement libéré

Siège social : 4, place Raoul Dautry 75716 Paris Cedex 15 RCS Paris 341 737 062 Entreprise régie par le code des assurances



www.cnp.fr Découvrez le nouveau site et le nouveau film de CNP Assurances.



