



L'ASSURANCE ENSEMBLE

RAPPORT ANNUEL 2018



AVEC NOS PARTENAIRES, NOUS RÉINVENTONS LES SOLUTIONS DE PROTECTION ADAPTÉES À CHACUN POUR ACCOMPAGNER TOUS LES PARCOURS.

02 MESSAGES

Jean-Paul Faugère
Antoine Lissowski

06 L'expérience partenaire

**UN CONTRAT
DE PERFORMANCE**

18 L'expérience client

UNE AMBITION HUMAINE

26 L'expérience collaborateur

UNE HISTOIRE D'AGILITÉ

36 Dans l'intérêt de tous

L'ESPRIT D'ENGAGEMENT

44 Faits marquants

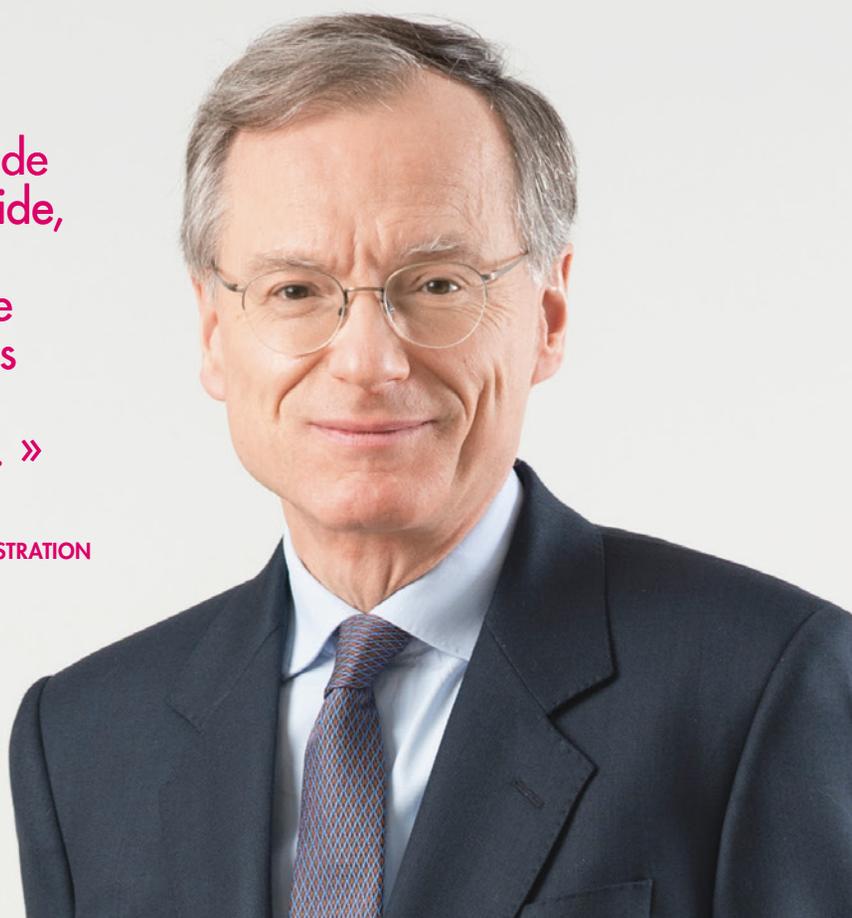
50 Performances 2018

54 Gouvernance



« Dans un monde
en mutation rapide,
le secteur
de l'assurance
n'échappe pas
à l'urgence
du mouvement. »

JEAN-PAUL FAUGÈRE,
PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



La qualité des résultats de 2018 confirme les tendances passées et la solidité de l'entreprise. Dans un contexte de concurrence toujours plus vive, de taux d'intérêt toujours très bas et de digitalisation accélérée, la performance de CNP Assurances n'en est que plus remarquable.

Dans un monde en mutation rapide, le secteur de l'assurance n'échappe pas à l'urgence du mouvement. Ainsi, la loi PACTE, relative à la croissance et à la transformation des entreprises, vient une nouvelle fois modifier le cadre juridique de nos métiers. Elle crée des opportunités qu'il nous appartiendra de saisir, en particulier au soutien de l'épargne/retraite.

En 2018, le conseil d'administration s'est particulièrement intéressé à la dimension sociale et environnementale de notre gestion. Une entreprise publique comme CNP Assurances se doit d'être au rendez-vous des attentes légitimes de la société en ces domaines. C'est d'autant plus naturel qu'en tant qu'assureur vie nous nous sommes toujours inscrits dans le temps long. Un des contrats en France a une ancienneté de 72 ans ! C'est dire combien nous avons à cœur de mériter la fidélité de nos clients et de garantir, avec eux et pour eux, une gestion responsable. À titre d'exemple, notre portefeuille actions aura en 2021 une empreinte carbone moitié moindre qu'en 2014 : c'est l'engagement pris ; nous sommes bien partis pour le tenir ; et nos investissements « verts » ont dépassé les 10 milliards d'euros en 2018.

Dans le même temps, nous continuons à investir dans les PME, les ETI et les start-up (500 millions d'euros en 2018) car nous avons à cœur de jouer notre rôle d'investisseur institutionnel au soutien des entreprises. Nous sommes ainsi devenus l'un des 50 plus grands investisseurs mondiaux en *private equity* avec 4,5 milliards d'euros engagés.

CNP Assurances s'est transformée en vingt ans : sa capitalisation boursière est passée de 3 milliards d'euros à plus de 13 milliards d'euros ; son résultat net est passé de 275 millions d'euros à près de 1,4 milliard d'euros ; ses implantations au Brésil et en Europe lui ont donné une envergure internationale. L'avenir comporte bien des défis, mais nous avons toutes les raisons de croire que CNP Assurances a les moyens de les relever. Son modèle multipartenarial est un gage d'agilité. Ses capacités humaines sont exceptionnelles. Son potentiel d'innovation est prouvé.

AU RENDEZ- VOUS DES ATTENTES DE LA SOCIÉTÉ

2019 sera une année charnière. Les actionnaires publics ont annoncé une évolution de la répartition entre eux des participations qu'ils détiennent au capital de CNP Assurances, avec l'idée d'inscrire notre entreprise dans un pôle financier public dirigé par la Caisse des Dépôts, le contrôle de CNP Assurances revenant au sein de ce pôle à La Banque Postale.

Ce projet est l'occasion d'un renforcement du partenariat avec La Banque Postale. Dans le même temps, notre stratégie multipartenariale a été réaffirmée au soutien de notre future croissance. Ainsi, nous continuerons de créer de la valeur pour tous les actionnaires de CNP Assurances, et cela, au service de tous nos clients.

NOTRE RAISON D'ÊTRE N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI FORTE

Les performances de CNP Assurances se confirment. Quels sont les trois chiffres clés que vous reprenez pour 2018 ?

La progression de 6,4% du résultat net part de Groupe à 1 367 millions d'euros prouve l'amélioration continue de la rentabilité de nos activités. La nouvelle hausse du dividende à 0,89 euro par action illustre notre stratégie de création de valeur pour nos investisseurs. L'augmentation moyenne du résultat brut d'exploitation (RBE) de 9,1% à périmètre et change constants, sur la période 2016-2018, est supérieure à l'objectif initial de croissance d'au moins 5% par an. Au-delà, je tiens à souligner deux indicateurs dont nous sommes fiers : nos 10 milliards d'euros d'investissements verts et notre 99/100 à l'index de l'égalité femmes-hommes, qui révèlent notre ADN d'entreprise publique d'aujourd'hui.

Où en est le modèle multipartenarial historique de CNP Assurances ?

Il est plus dynamique que jamais, et ce, sur les continents où nous sommes présents. Nos deux grands partenariats avec La Banque Postale et le Groupe BPCE structurent nos avancées en France, tant sur le plan quantitatif que qualitatif, et nos 30 partenariats en épargne patrimoniale excellent. Le partenariat CNP Santander a gagné les Pays-Bas et la Belgique, portant son périmètre à 12 pays d'Europe. Le partenariat renouvelé avec UniCredit en Italie a démarré sur les chapeaux de roue. Au Brésil, le succès historique de notre partenariat avec Caixa Econômica Federal, initié en 2001, nourrit les discussions sur son renouvellement. À l'heure du numérique et de la désintermédiation, le modèle multipartenarial fait l'agilité de CNP Assurances.

Justement, où en est la transformation digitale de CNP Assurances ?

Son ancrage se confirme dans nos activités, dans nos process et dans nos comportements. De nouveaux outils simplifient la tâche de nos partenaires et stimulent leur performance. De nombreuses initiatives facilitent les parcours des clients tout au long de la vie du contrat. Nos collaborateurs pensent UX, parlent data, testent leurs concepts auprès des clients et innovent avec les start-up. La co-construction est devenue un mode de travail et de vie chez CNP Assurances.

Nos vies, nos usages, nos risques... tout change de plus en plus vite. Comment être au rendez-vous des besoins d'assurance et de confiance ?

Notre présence sur deux continents très différents nous aide à capter les évolutions sociétales en marche. Les Européens cherchent à sécuriser leurs revenus dans la durée, d'où l'importance de l'épargne longue, et à pallier le recul de la prise en charge des frais de santé en renforçant leur couverture prévoyance/protection. En France, la loi PACTE vient bousculer l'épargne/retraite et salariale, nous réinventons notre offre, et nous nourrissons de toute notre expertise le débat sur la dépendance. La croissance économique aidant, les Brésiliens accèdent à la protection en nombre, avec les technologies et les usages d'aujourd'hui. C'est ici que nous inventons l'assurance de demain, en mode digital, affinitaire, simple et utile.

Dans cette transformation continue et cette compétition vive, quels sont les atouts de CNP Assurances ?

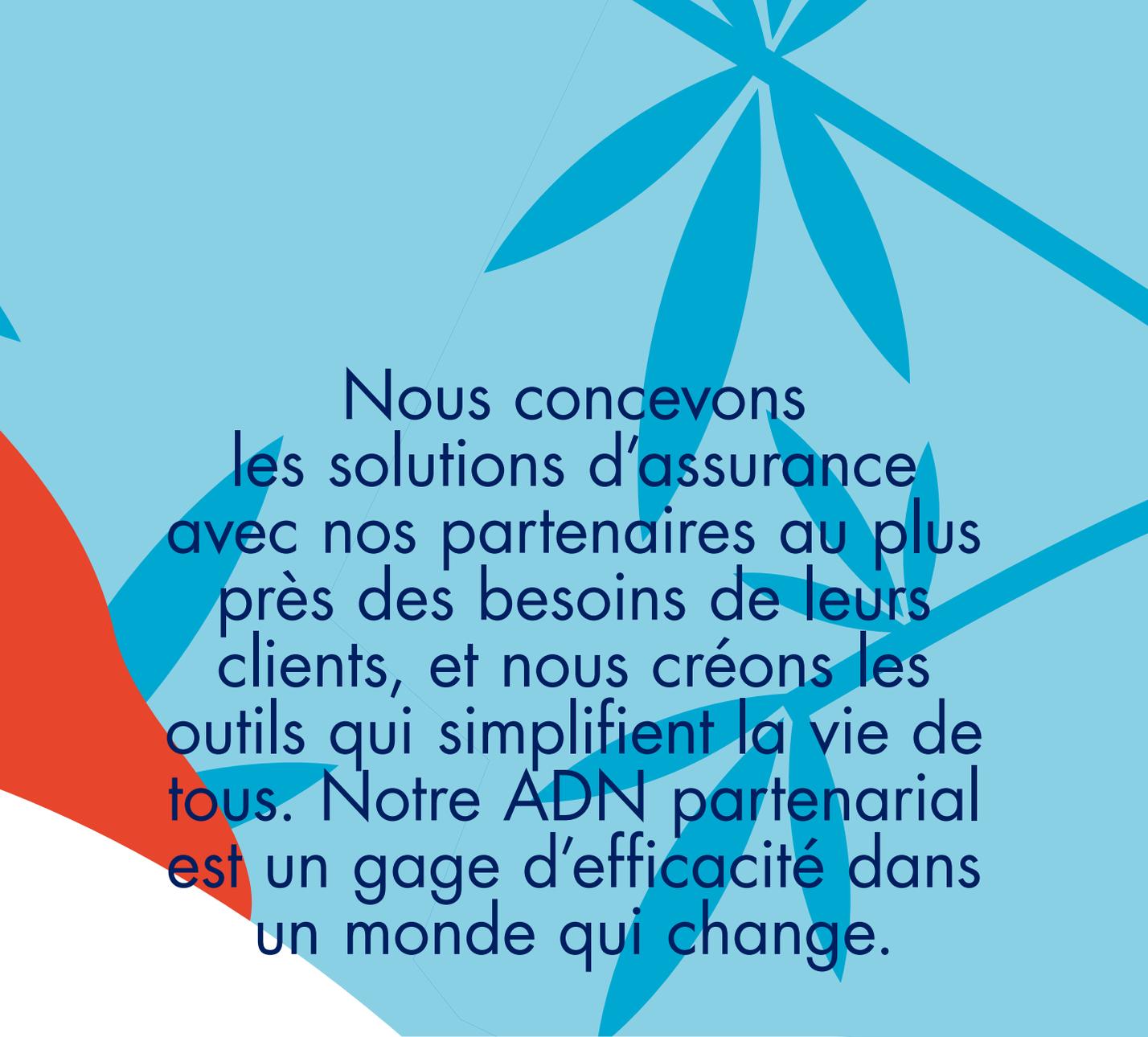
Les expertises métiers conjuguées aux nouveaux modes d'assurance agiles positionnent CNP Assurances parmi les meilleurs du secteur. Le modèle multipartenarial et la dimension internationale du Groupe forment l'équilibre de ses offres et de ses résultats. La vitalité de la marque CNP Assurances, riche de 160 ans d'histoire et de valeurs d'intérêt général tellement actuelles, est un précieux capital. Et, plus que tout, l'ADN collaboratif de CNP Assurances promet le meilleur de l'assurance pour l'avenir.

« Nos grands actionnaires ont réaffirmé leur attachement au modèle multipartenarial et international de CNP Assurances. »

**ANTOINE LISSOWSKI,
DIRECTEUR GÉNÉRAL**







Nous concevons
les solutions d'assurance
avec nos partenaires au plus
près des besoins de leurs
clients, et nous créons les
outils qui simplifient la vie de
tous. Notre ADN partenarial
est un gage d'efficacité dans
un monde qui change.

L'EXPÉRIENCE PARTENAIRE

**UN CONTRAT DE
PERFORMANCE**

CO-CONSTRUIRE DES OFFRES INNOVANTES

Premier contrat d'assurance vie 100% digital, EasyVie est aussi une offre 100% co-construite par CNP Assurances et EasyBourse, le courtier en ligne de La Banque Postale. De la souscription au rachat total, en passant par les arbitrages et les versements, le client gère toutes les opérations en direct sur le site Internet d'EasyBourse. Le courtier s'appuie sur un robot-conseiller pour préconiser au client un mode de gestion et une allocation d'actifs qui correspondent à son objectif d'investissement, à sa situation financière et à son goût du risque.

100%
digitale

4 M€
de chiffre d'affaires
en année 1

30%
d'UC

« L'idée était de concevoir un contrat simple d'usage, rapide et efficace, offrant toutes les caractéristiques d'un contrat patrimonial dans ses options. Il nous a fallu quatorze mois pour révolutionner la gestion du contrat d'assurance vie en mobilisant la communauté de clients testeurs de CNP Assurances, en inaugurant la signature électronique, en nous appuyant sur la *fintech* Advize pour déployer le *robo-advisor* et sur LBPAM et BPE pour les allocations d'actifs. Une occasion partagée de travailler en mode agile et d'accélérer mutuellement notre transformation numérique. »

**YVES RAKOTOMALALA,
PRÉSIDENT D'EASYBOURSE**



ÊTRE ÉTHIQUES ENSEMBLE

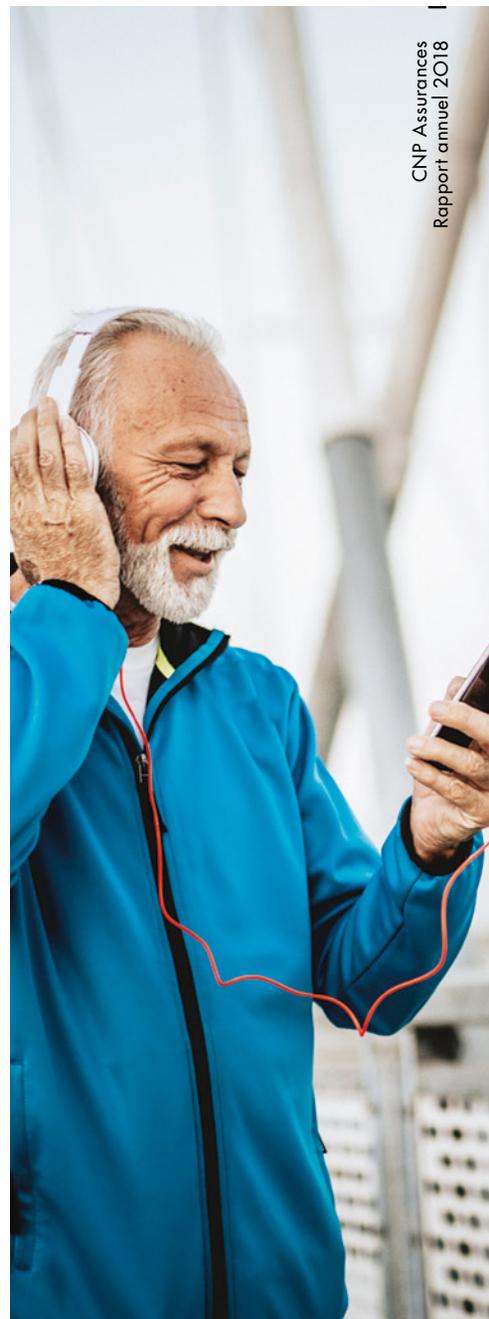
Comment satisfaire aux exigences croissantes de la lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme (LCB-FT) sans entraver le parcours fluide et personnalisé de la clientèle premium ? C'est un des défis identifiés lors du premier hackathon de l'histoire de CNP Patrimoine. Il a entraîné six partenaires de la banque privée dans la co-construction d'une proposition de valeur efficace. Autre décision phare : la création d'un Lab Partenaires permet de prolonger les échanges et d'imaginer au fil de l'eau des solutions qui scellent une relation partenariale privilégiée et performante.

« Ce lab nous donne l'occasion de nous exprimer et de travailler ensemble à 360° en intégrant nos besoins et ceux de l'assureur. Cette vision partagée nous permet d'améliorer les parcours de nos collaborateurs, et surtout ceux de nos clients, tout en sécurisant le dispositif à la hauteur de nos exigences. »

**STÉPHANE CARLES,
DIRECTEUR COMMERCIAL
BANQUE PRIVÉE GROUPE
CRÉDIT DU NORD**

« Être challengé par des partenaires aussi exigeants nous a permis d'identifier les écarts entre leurs attentes et leur vécu, et de *brainstormer* ensemble sur des solutions cibles que CNP Patrimoine s'engage à mettre en œuvre dans les trois mois. »

**MARINE DE BOUCHONY,
CO-DIRECTRICE
CNP PATRIMOINE**



SE RAPPROCHER DES ATTENTES DU MARCHÉ

Les évolutions de la réglementation en matière d'assurance de prêt ont facilité la mobilité des assurés et stimulé la concurrence entre les acteurs, avec pour corollaire une pression sur les tarifs. Désormais autorisés à résilier facilement leur contrat, les assurés sont incités à comparer les offres. Pour sécuriser leur portefeuille de contrats collectifs et défendre la mutualisation, gage de l'assurance pour tous, CNP Assurances et Natixis Assurances se sont tournés vers la communauté You&Us : 33 consommateurs, sélectionnés pour la diversité de leurs profils, ont exploré des pistes d'évolution des offres actuelles et testé des garanties nouvelles. Un moment fort de co-création qui a permis de faire émerger l'assurance emprunteur de demain.

« You&Us est une solution agile, efficace selon moi, et c'est un vrai atout pour CNP Assurances. Cela nous a permis de recruter dans un délai très court un échantillon de clients représentatifs des populations de nos réseaux Caisses d'Épargne et Banques Populaires. Puis, en écoutant ces clients, de confirmer certaines idées, de réfuter certaines options et de trancher entre deux solutions alternatives en matière de présentation des offres. »

**THIERRY MIRANDE,
RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT DES PARTENARIATS
NATIXIS ASSURANCES**



YOU&US, NATURELLEMENT CENTRÉ CLIENT

Lancée en 2017, la communauté You&Us rassemble 300 membres actifs représentant trois générations de Français : baby-boomers, générations X et Y. Ils sont clients ou prospects, tous volontaires pour évaluer des innovations, tester des garanties ou des outils, en ligne ou au siège de l'entreprise au milieu des collaborateurs et réinventer l'assurance de personnes avec CNP Assurances et ses partenaires.

ACCOMPAGNER, LES COLLECTIVITÉS LOCALES

On dénombre 2,3 millions d'agents territoriaux et hospitaliers en France ; leur protection est un enjeu pour les collectivités. Si les plus grandes s'autoassurent, la pression budgétaire croissante pèse sur les comptes des plus petites. Ainsi, CNP Assurances couvre le risque « statutaire employeur » (coût de l'absentéisme non pris en charge par la Sécurité sociale) pour 18 000 collectivités locales, en partenariat avec des courtiers, dont Sofaxis, leader sur ce marché. CNP Assurances et Sofaxis répondent ensemble à 2 500 voire 3 000 appels d'offres par an. CNP Assurances apporte le tarif juste, la prise de risque financière et des innovations, en prévoyance complémentaire par exemple. Sofaxis assure la commercialisation et la gestion des prestations. Un partenariat d'excellence à forte valeur ajoutée en termes d'utilité sociale.

« Contrairement à d'autres acteurs, CNP Assurances est restée fidèle à ce marché depuis cinquante ans. Son sens de l'accompagnement est l'une des principales raisons de notre partenariat, avec sa solidité financière et, aujourd'hui, sa volonté d'innovation affirmée. »

**SYLVIE BUREAU-NECHI,
DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE
DE SOFAXIS**

Atouts CNP Assurances

50 ans d'expérience
des collectivités locales
et l'innovation

Atouts Sofaxis

500 collaborateurs
experts en accompagnement
des agents





POUR SIMPLIFIER LE CONSEIL AUX PME

Comment protéger les milliers de TPE/PME de 1 à 300 salariés au plus près de leurs besoins, au plus vite et au plus simple ? C'est la problématique dont s'est emparée la *Digital Factory* de CNP Assurances avec un groupe de courtiers. Ainsi est né l'outil d'aide à la commercialisation de contrats collectifs de santé complémentaire et de prévoyance. Digitalis permet de faire des simulations tarifaires en direct et d'éditer une proposition sur mesure en quelques clics. Et l'outil évolue : l'intégration de la signature électronique permet désormais de conclure le contrat le jour même. Un vecteur d'efficacité et d'image pour les partenaires courtiers et mutuelles de CNP Assurances.

« La protection sociale n'est pas le domaine d'expertise d'un chef d'entreprise. Grâce à cet outil, nous lui apportons une solution simple, rapide et efficace, et ce, en toute autonomie. Cela répond exactement à la demande des TPE/PME et permet à Gras Savoie de développer son portefeuille assurances de personnes sur ce marché. »

**ANTHONY BILLET,
RESPONSABLE SOLUTIONS PME,
ÎLE-DE-FRANCE CENTRE & NORD
GRAS SAVOYE**

EN FRANCE, UNIR NOS OFFRES POUR FIDÉLISER

Le rapprochement des groupes Malakoff Médéric et Humanis a donné naissance au leader de la protection sociale en France avec 17 % du marché de la santé et de la prévoyance collective, une force de distribution unique de 1 800 personnes et une ambition de conquête et de fidélisation à sa mesure, notamment à travers le multi-équipement. C'est là que le réseau salarié de CNP Assurances, Amétis, entre en scène. Malakoff Médéric Humanis lui a confié la fidélisation d'un portefeuille de TPE et de chefs d'entreprise grâce aux offres de protection individuelle de CNP Assurances, complémentaires des solutions collectives du groupement. Les près de 2 000 rendez-vous réalisés en 2018 par les conseillers Amétis et le taux de concrétisation atteint confortent l'ambition de ce partenariat emblématique sur le plan relationnel pour CNP Assurances et porteur de développements futurs.

« Être le partenaire préféré de nos clients TNS et dirigeants de PME passe par la qualité de l'offre de protection, mais aussi et surtout, par la relation *intuitu personae* que vous êtes capable de créer avec eux, et c'est le fort des conseillers Amétis de CNP Assurances. »

**CHRISTOPHE SCHERRER,
DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ,
MALAKOFF MÉDÉRIC HUMANIS**

30 000
TNS-TPE

1 500
chefs d'entreprise





EN ITALIE, UNIR NOS ATOUTS POUR CONQUÉRIR

En consolidant son accord de distribution avec une banque européenne de premier plan, CNP Vita illustre la dynamique partenariale du Groupe en Europe. UniCredit apporte sa connaissance de la clientèle et ses 1 365 points de contact à travers l'Italie, la Sardaigne et la Sicile. CNP Assurances apporte son expertise pointue des solutions d'épargne et de prévoyance. En 2018, le renouvellement du partenariat, noué en 2005, est l'occasion de redoubler d'ambition pour les sept ans à venir. Le tandem se lance à la conquête du marché balbutiant de la prévoyance en Italie, en direction des PME notamment, qui portent 95% de l'activité économique du pays. La création d'une structure commerciale dédiée et l'offre d'épargne et de prévoyance riche ont propulsé, dès la première année, le partenariat sur la voie du succès.

« En Italie, on préfère compter sur la solidarité familiale en cas de coup dur. Nous avons devant nous un défi extraordinaire : créer ensemble le marché de la prévoyance. »

TANGUY CARRÉ
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CNP VITA

« Ce partenariat est stratégique pour renforcer le leadership d'UniCredit dans la bancassurance en Italie. »

ANDRÉA CASSINI,
CO-DIRECTEUR D'UNICREDIT ITALY

+ 29%
de chiffre d'affaires en 2018

UN MODÈLE MULTIPARTENARIAL DE DISTRIBUTION

CNP Assurances a construit un modèle d'affaires original en bancassurance basé sur des partenariats de long terme avec des acteurs bancaires majeurs en France et à l'international. Une alliance d'expertise en assurance et de proximité avec le client qui a prouvé son efficacité et son agilité.

Le Groupe développe également des partenariats non exclusifs sur les marchés de l'épargne patrimoniale, de l'assurance emprunteur et un modèle sur mesure pour les acteurs de la protection sociale.

5

PARTENAIRES BANCAIRES MAJEURS

Actionnaires de CNP Assurances

- La Banque Postale
- Le groupe BPCE

À l'international, via des filiales

- Au Brésil, avec Caixa Econômica Federal
- En Italie, avec UniCredit
- Dans 12 pays d'Europe, avec Santander Consumer Finance

391

PARTENAIRES NON EXCLUSIFS EN FRANCE

30 acteurs de l'épargne patrimoniale

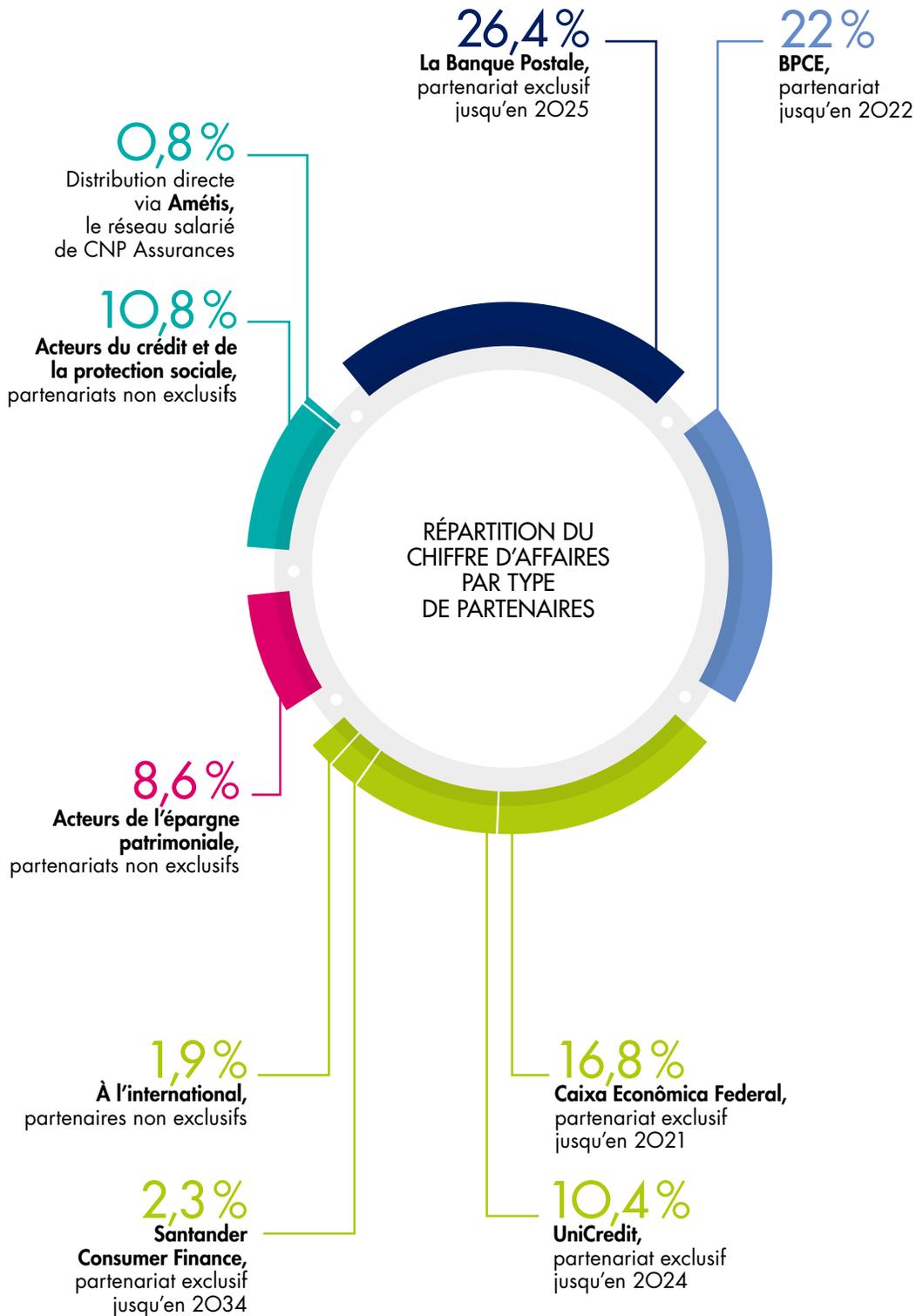
Banques privées et à réseau, *family offices*, société de gestion privée, courtiers et conseillers en gestion de patrimoine

247 acteurs du crédit

Banques généralistes ou spécialisées en immobilier, banques à réseau et en ligne, acteurs du crédit à la consommation, enseignes de grande distribution, facturiers et acteurs de l'économie sociale

114 acteurs de la protection sociale

Institutions de prévoyance, mutuelles, associations, courtiers en assurance collective





Nous inventons
les parcours clients
en les écoutant,
en les immergeant
au cœur de nos locaux
et au milieu de nos
experts pour
construire ensemble
l'expérience client idéale.

L'EXPÉRIENCE CLIENT
**UNE AMBITION
HUMAINE**

POUR QUE LE RÈGLEMENT D'UNE ASSURANCE VIE NE SOIT PLUS UNE ÉPREUVE DANS L'ÉPREUVE

Le décès d'un proche est un moment difficile que les multiples démarches administratives alourdissent et compliquent. Le parcours digitalisé « e-bénéficiaire » de CNP Assurances simplifie celles du paiement d'une assurance vie. Cette plateforme en ligne permet au bénéficiaire de réaliser toutes les démarches requises, 24 h/24 et depuis n'importe quel terminal, et de déposer toutes les pièces nécessaires pour lancer le règlement. Tutoriel, guide utilisateur, *chatbot* en mode conversationnel et hotline dédiée accompagnent pas à pas le e-bénéficiaire et humanisent la démarche. Une solution qui fait gagner du temps, évite les erreurs, accélère sensiblement le règlement et permet son suivi en temps réel. Un projet co-construit avec les clients par un panel d'experts de CNP Assurances et des start-up montantes.

Pour aller plus loin... CNP Assurances travaille à fluidifier les interactions avec les différents acteurs concernés : la mairie, les pompes funèbres, le notaire, le centre des impôts et les enquêteurs des compagnies d'assurances.



« Il y a tout un écosystème à prendre en compte lors d'un décès pour offrir un parcours à la hauteur de notre ambition humaine. »

VIRGINIE MORREEUW,
RESPONSABLE DU PROJET,
EXPÉRIENCE CLIENT ET SI



« Le *chatbot* permet au bénéficiaire de trouver très vite les réponses de premier niveau. Les plus jeunes l'utilisent comme un moteur de recherche, juste avec des mots-clés, et ça marche ! »

YOHANN DENÉCHÈRE,
COACH DE BOT

« Nous avons pensé au bénéficiaire tout au long de ce projet, mais aussi accompagné tous les collaborateurs impactés par ce service – chargés de relations bénéficiaires, chargés d'accueil téléphonique, conseillers commerciaux – pour renforcer la qualité humaine de la relation. »

VLADIMIR MICETIC,
SERVICE CLIENTS ET PROJETS
DIGITAUX, ANGERS

Le parcours e-bénéficiaire, au centre de toutes les attentions

« Nous avons utilisé l'approche *Inside Customer Experience*, totalement immersive, qui plonge bénéficiaires et collaborateurs dans une dynamique d'écoute et d'échanges pour imaginer ensemble le parcours idéal. »

OLIVIER JAMOT,
RESPONSABLE MARKETING STRATÉGIQUE

« Un UX designer se met à la place de l'utilisateur et anticipe son parcours en ligne pas à pas en se demandant : Est-ce que les écrans sont intuitifs ? La marche à suivre est-elle compréhensible pour un non-expert ? L'interface visuelle est-elle simple et accessible ? »

VANESSA DIDRICHE,
UX DESIGNER, STUDIO COM

300 000
bénéficiaires par an
en moyenne gérés
par CNP Assurances

LE BRÉSIL TRACE LA VOIE...

CNP Assurances est entrée, il y a près de vingt ans, au Brésil, où elle a connu un développement remarquable grâce à son partenariat avec la Caixa Econômica Federal et à sa recette 100% brésilienne. Des offres simples, en phase avec les besoins et les usages de la population, distribuées sur tout le territoire, à travers le réseau aussi diversifié que populaire de son partenaire. De l'épargne à la retraite en passant par la micro-assurance, l'offre s'est peu à peu étoffée. Le développement social récent conjugué à la croissance accélère l'accès des Brésiliens aux classes moyennes et la maturité de la population en matière de protection.

En 2017, le Groupe fait un saut créatif.

Il lance la première compagnie d'assurances 100% digitale du continent sud-américain, et ce, de manière 100% disruptive, avec une équipe nouvelle, des startupper aux codes et aux méthodes totalement différents, dans une autre ville, avec un autre nom : Youse. Son premier produit est une assurance auto simple (facultative au Brésil), ciblée jeunes actifs. Puis elle crée Youse Friends en mode *peer group pressure*. L'offre couvre un groupe d'amis, familial ou associatif qui exerce un contrôle mutuel des sinistres et partage l'économie, soit jusqu'à 50% de la prime. En un an, le nombre de communautés créées a triplé pour atteindre 10000 groupes.

« Nous avons percé au Brésil grâce à des produits simples et attractifs, comme les plans de capitalisation et à tirage au sort, mais aussi en diversifiant nos canaux de distribution de proximité, agences Caixa, bureaux de loterie jusqu'en Amazonie ou associations dans les favelas. Vingt ans après, nous opérons la première compagnie 100% digitale du continent ! »

XAVIER LARNAUDIE-EIFFEL,
DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT
PARTENARIATS ET DÉVELOPPEMENT

C'est une expérience fondatrice et riche en apprentissage. Avancer en *push* et chercher l'équilibre du modèle, impliquer les clients dans la maîtrise du risque et partager le bénéfice, le tout en deux ans. Certes, il y a un écart de maturité entre le marché brésilien et le marché européen, mais, aujourd'hui, c'est le Brésil qui trace la voie.



Comment relever le défi de l'allongement de la vie? En stimulant l'épargne/retraite supplémentaire des salariés, jugée insuffisante en France : à peine 200 Md€ d'encours, contre 1700 Md€ pour l'assurance vie. C'est l'un des objectifs de la loi PACTE⁽¹⁾. Elle incite à la généralisation de la retraite supplémentaire, la simplifie en harmonisant les dispositifs existants (PERP, PERCO, Madelin, etc.) et l'assouplit pour la rendre attractive et actuelle. Pouvoir changer de contrat sans perdre ses avantages fiscaux, abonder son épargne tout au long de son parcours professionnel, la transférer en cas de changement de statut et pouvoir opter pour une sortie en capital ou en rente.

La prise en charge de la dépendance est le défi connexe des pays matures.

En France, le gouvernement a annoncé des réformes dans le domaine pour la fin 2019. CNP Assurances est très active dans ce débat et défend une solution de nature à réconcilier les générations : une assurance dépendance obligatoire pour tous les Français. Une cotisation minimale (entre 10 et 15 € par mois) permettrait de couvrir 500 € de reste à charge mensuel, soit de le diviser par deux en moyenne.

C'est sûr : la mutualisation à très grande échelle fait l'attractivité de l'assurance.

Mais la personnalisation du contrat et de la relation fait son avenir. La masse de *data* clients passée à la « moulinette » de l'intelligence artificielle permettra de mieux prédire l'évolution de la sinistralité pour proposer l'assurance adaptée à un monde qui change et mieux accompagner chacun.

L'EUROPE REFONDE SA PROTECTION

(1) Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises.

« CNP Assurances plaide pour une offre dépendance universelle qui ne laisse personne sur le bord de la route, sans léguer une dette de plus aux générations futures. »

LAURE CHÂTEL,
DIRECTRICE ÉCONOMIE SOCIALE



« La réforme de l'épargne/retraite nous donne une excellente occasion de dialoguer avec nos clients et nos partenaires pour construire ensemble des solutions adaptées. »

THOMAS CHARDONNEL,
DIRECTEUR PARTENARIAT BPCE
ET ACTIVITÉS RETRAITE

LE MONDE DE CNP ASSURANCES

Assureur de référence en France, CNP Assurances a gagné l'Amérique latine il y a vingt-cinq ans, et plus récemment l'Europe, en adaptant à chaque fois ses solutions d'assurance aux besoins de la population et aux usages du pays pour permettre à chacun d'avancer sereinement dans la vie.

CAIXA SEGURADORA HOLDING
et ses filiales incluant Youse
Brésil

AMÉRIQUE DU SUD

14
millions d'assurés
en prévoyance/
protection

4
millions d'assurés
en épargne/retraite

BRÉSIL

60 000
points de vente

100 %
digitale, la plateforme
d'assurance Youse

23 %
de la population
a moins de 23 ans⁽¹⁾

**CNP ASSURANCES
COMPAÑÍA DE SEGUROS**
Argentine



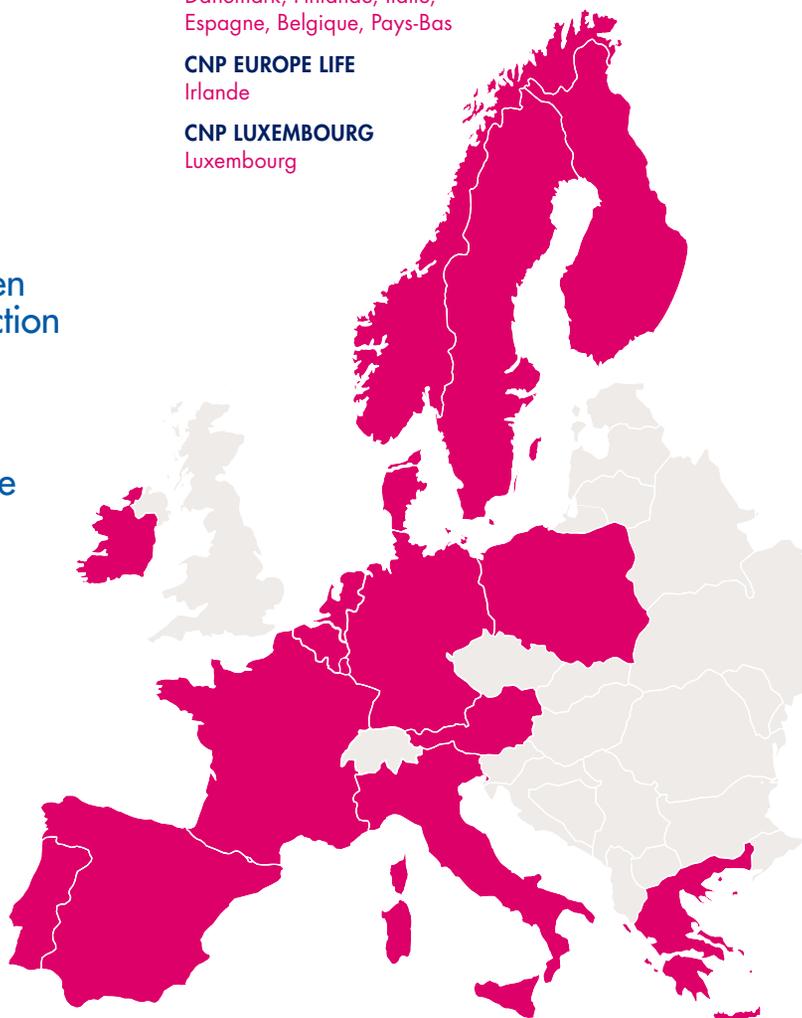
(1) Source : CIA World Factbook du 7 mars 2017.

EUROPE

23
millions d'assurés en
prévoyance/protection

10
millions d'assurés
en épargne/retraite

18%
de la population
à plus de 65 ans
en Europe⁽¹⁾



CNP ASSURANCES

France, Italie, Espagne, Danemark
et ses filiales en France :
**MFPrévoyance, CNP Caution,
Filassistance International,
Âge d'Or Expansion,
Lyfe et Youse Europe**

CNP SANTANDER

Irlande, Allemagne, Pologne,
Autriche, Norvège, Suède,
Danemark, Finlande, Italie,
Espagne, Belgique, Pays-Bas

CNP EUROPE LIFE

Irlande

CNP LUXEMBOURG

Luxembourg

CNP UNICREDIT VITA

Italie

CNP PARTNERS

Espagne, Italie, Portugal

CNP CYPRUS INSURANCE HOLDINGS

Chypre et Grèce

(1) Estimations Ined 2019.





UX, data, IA, pitch et POC,
nous travaillons en mode
collaboratif sur des projets
transverses qui mobilisent
les compétences phares
de l'assurance et les
plus émergentes,
nous avançons avec
et comme des start-up.

L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR
UNE HISTOIRE
D'AGILITÉ

AUGMENTER LA VALEUR DU CONSEIL

CÔTÉ CLIENT

En un an, plus de 80 000 clients ont trouvé une réponse à leur question, de façon simple, autonome et ludique, grâce au serveur vocal interactif visuel Dial Once. Sur PC, tablette ou smartphone, d'un mail ou d'un SMS, via le site clients ou auprès d'un conseiller, CNP Assurances est désormais accessible et opérationnelle 24 h/24 et 7 j/7. La preuve : dès la première année d'expérimentation, 23% des contacts ont eu lieu en dehors des horaires d'ouverture du service clients. Cette solution, co-construite par les collaborateurs, la start-up Dial One et les clients, est déployée en mode agile pour améliorer les parcours digitaux en continu. Prochaine étape : l'extension de la solution à tous les clients des réseaux partenaires de CNP Assurances.

CÔTÉ COLLABORATEURS

L'optimisation de l'expérience collaborateur améliore *in fine* l'expérience client. C'est la conviction de CNP Assurances, qui multiplie les initiatives et les innovations technologiques pour leur simplifier la tâche. Ainsi, l'assistant virtuel,

ou *chatbot*, mis en œuvre avec la start-up Zelros permet aux gestionnaires de la relation client en assurance individuelle d'accéder, sans avoir à chercher, à l'information pertinente et de répondre rapidement et précisément au client. En six mois, l'assistant a été sollicité 30 000 fois, et son déploiement est étendu aux 120 collaborateurs des centres d'appel en 2019. Une solution qui s'appuie sur l'intelligence artificielle pour valoriser le temps et les compétences du collaborateur « augmenté » de CNP Assurances.





« Nous sommes convaincus que l'optimisation de l'expérience collaborateur permettra *in fine* d'améliorer l'expérience client. Notre collaboration avec des start-up innovantes, avec lesquelles nous partageons la même vision, porte déjà ses fruits. Les collaborateurs qui utilisent régulièrement l'assistant virtuel ont confirmé qu'il facilite l'accès à l'information et leur libère ainsi du temps pour mieux se consacrer au service apporté à leurs clients. »

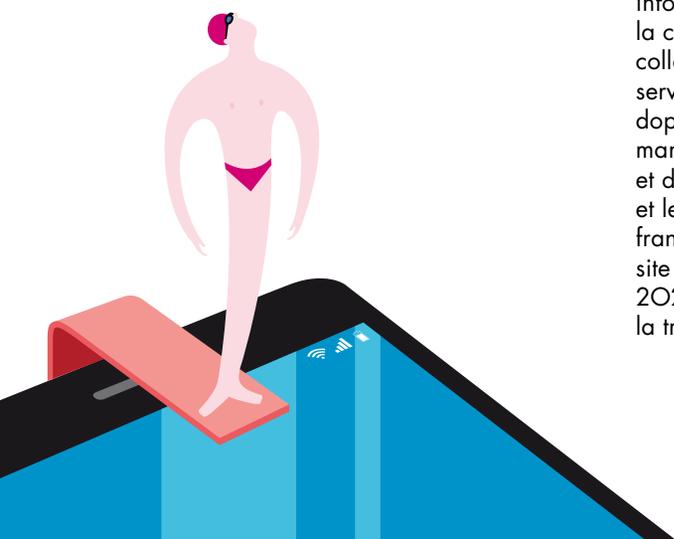
FRÉDÉRIC FERNIQUE (à gauche),
DIRECTEUR RELATION CLIENTS BPCE,
ET ADRIEN PERRIN (en haut),
DIRECTEUR RELATION CLIENTS LA BANQUE POSTALE



UNE NOUVELLE MANIÈRE DE TRAVAILLER ET DE VIVRE ENSEMBLE

DIGITAL 360°

Ouvrir l'entreprise aux start-up pour l'acculturer à la nouvelle logique numérique, tel est l'objectif d'Open CNP. Il a permis aux équipes de CNP Assurances de s'appuyer sur de multiples start-up pour co-construire les solutions qui simplifient l'assurance. Certaines collaborations ont débouché sur des partenariats, le temps de déployer une innovation à grande échelle, et d'autres sur des investissements à travers le fonds de *corporate venture* Open CNP. Sept start-up ont ainsi rejoint la galaxie CNP Assurances. Elles bénéficient des experts et des relations du Groupe, et co-inventent l'assurance de demain avec ses équipes.

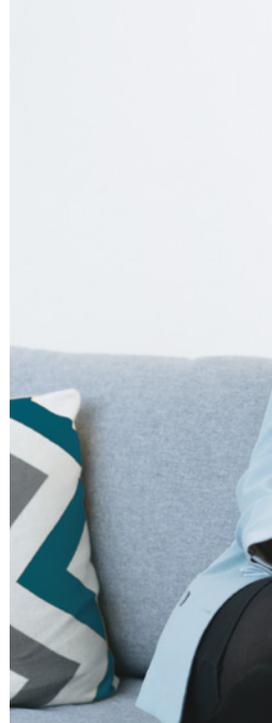


CULTURE TEST

La transformation culturelle et managériale de l'entreprise est largement engagée. Elle modifie les comportements, renouvelle les outils et les espaces de travail à coups de briques d'expérimentation qui font peu à peu émerger une nouvelle entreprise. Au Lab innovation, un espace ouvert au siège de CNP Assurances, des équipes pluridisciplinaires co-construisent les nouvelles pratiques managériales, du prototypage à la mise en œuvre. Le télétravail et le partage de bureau acculturent les collaborateurs aux nouvelles façons de travailler, nomades, flexibles et collectives, du *coworking* au *clean desk* : un écran, un clavier, un mug, c'est tout!

À nouvelles pratiques, nouveaux outils.

Le *digital workplace*, un environnement informatique unifié, renforce la connectivité et la mobilité des collaborateurs, tandis que ses services de *chatbot* et d'*e-learning* dopent leur efficacité. La nouvelle manière de travailler ensemble et de vivre ensemble se dessine, et le regroupement des équipes franciliennes dans le nouveau site « Issy Cœur de Ville » à l'horizon 2022 scellera définitivement la transformation de l'entreprise.





« Les outils numériques, le partage d'idées, de pratiques et de locaux, ou encore le nomadisme sont autant de nouveaux usages incontournables, qui renforcent les compétences de nos collaborateurs et la performance du Groupe. »

BÉRENGÈRE GRANDJEAN,
DRH GROUPE

« Accompagner l'évolution culturelle accélérée d'un acteur historique dans le secteur très codifié de l'assurance est un beau défi. Nous misons sur l'expérimentation pour gagner l'adhésion en veillant à insuffler du sens et de la confiance dans le changement. »

ALAIN LEPRÊTRE,
PROJET TRANSFORMATION
CULTURELLE ET MANAGÉRIALE



« Open CNP nous amène à travailler beaucoup plus vite que d'habitude, à faire collaborer des équipes qui n'en ont pas l'habitude et à adopter une approche centrée sur l'expérience utilisateur, qu'il soit client ou collaborateur. C'est très transformant. »

MAGALI NOÉ,
CHIEF DIGITAL OFFICER GROUPE
ET PRÉSIDENTE D'OPEN CNP



LIBÉRER L'INITIATIVE, ENJEU DU CHALLENGE OPEN INNOVATION

Comment associer les collaborateurs à l'innovation ? C'est la question que CNP Assurances s'est posée. Et les initiatives ont fusé : des hackathons aux sprints et au Challenge Open Innovation, piloté par Pierre-Alain Lesaulnier, qui raconte. Notre ambition était de réunir le maximum de collaborateurs et de leur permettre de participer. Nous avons ouvert une plateforme informatique et invité les collaborateurs de CNP Assurances de toute l'Europe à se connecter pour découvrir les thématiques et s'associer en équipes autour d'idées de projet. Sur la quarantaine de projets proposés, plus d'un tiers venaient des filiales européennes ! Ils ont été *likés* par les collaborateurs et les clients. La liste des dix projets favoris a été soumise à un jury d'experts qui ont écouté les *pitches* des équipes et validé cinq projets : trois Français, un Espagnol et un Chypriote. Après quatre mois d'incubation, les lauréats ont présenté leur prototype devant le même jury : leur *business model*, leur cible et éventuellement la solution technologique. Le jury a validé la mise en production de quatre projets. Le cinquième, très ambitieux, pourrait nourrir une évolution stratégique de la filiale chypriote.

« Le Challenge Open Innovation permet aux collaborateurs d'oser, de gagner en autonomie et en compétences nouvelles et de travailler en groupe : et pas forcément avec ses voisins de bureau ! »

PIERRE-ALAIN LESAULNIER,
VEILLE, BENCHMARKING
ET INNOVATION
MARKETING STRATÉGIQUE



« L'objectif était d'améliorer la satisfaction client. Nous avons mis quatre mois à consolider une idée, développer un prototype et créer un cahier des charges. »

STÉPHAN GUENVER,
COLLABORATEUR
EXPÉRIENCE CLIENT ET SI



ZOOM SUR UN PROJET GAGNANT

Stéphane Guenver est l'un des premiers lauréats du Challenge Open Innovation de CNP Assurances. Il nous dit en cinq mots comment cette aventure a changé sa vie.

L'idée

Proposer à l'assuré de mettre à jour les coordonnées du (ou des) bénéficiaire(s) de son assurance vie en trois clics et trois minutes tout au long de la vie du contrat.

L'équipe

J'ai eu la chance de choisir mes coéquipiers. Nous étions tous experts dans notre domaine, tous

d'horizons différents, et avions tous une valeur ajoutée à apporter. Ce qui a décuplé notre capacité à faire et permis de réussir le challenge dans les quatre mois.

Les leçons

Oser, c'est la clé. J'ai pu dépasser mes limites. Le plus dur, c'est de s'arrêter !

Le nom

« Filae » comme « filiation », transmettre son capital à ses proches.

Votre avenir

Un nouvel élan et un nouveau poste chez CNP Assurances !

PANORAMA DES EXPERTISES CNP ASSURANCES

Les métiers de l'assurance perdurent, c'est la manière de les exercer qui change. Aujourd'hui, les actuaires ne peuvent plus se baser uniquement sur les sinistres passés, ils explorent les nouveaux comportements face aux risques et utilisent la *data* pour les prédire. La surinformation des clients et le développement des plateformes d'intermédiation ont inversé la relation commerciale. La demande fait l'offre, la résolution de situations problématiques est le point de départ des innovations, et la prise en charge des clients, assurés comme partenaires, est de plus en plus extensive. La révolution réglementaire renforce l'exigence de résultats, et la digitalisation transforme nos pratiques. Le tout renouvelle et enrichit le champ des compétences de tous.

13
FAMILLES

47
MÉTIERS

Marketing et communication

Marque, presse, réseaux sociaux, veille stratégique, études. Les UX/UI⁽¹⁾ cultivent les *feed-back* client pour co-créeer les nouveaux parcours utilisateurs.

Ressources humaines

Recrutement, développement des compétences, transformation des métiers : le défi de l'accompagnement.

Secrétariat et assistantat

De la bureautique au monde digital : les pionniers du partage de pratiques en réseau.

Actuariat, modèles statistiques

Études techniques, statistiques, exploitation des données : les *data scientists* sont ici.

Management

Du manager hiérarchique au manager coach pour agir dans un monde complexe et incertain : place aux *soft skills*⁽²⁾.

Gestion et maîtrise des risques

Risques techniques, financiers, opérationnels, droit de l'assurance, conformité, audit : l'éthique au cœur.

Le travail solitaire est révolu. Espaces de travail collaboratifs, gestion de projets agiles, réseaux sociaux : **place à la coopération.**

COMPÉTENCES SOCIALES

COMPÉTENCES PERSONNELLES

Les transformations bousculent les habitudes et les schémas de pensée. Pour rester dans la course, **il faut vivre avec l'incertitude.**



LES SOFT SKILLS
RÉGÈNÈRENT
LES COMPÉTENCES
DE TOUS

Oser, créer, développer : **chacun devient moteur d'innovation** et acteur de son développement.

COMPÉTENCES ENTREPRENEURIALES

COMPÉTENCES COGNITIVES

Face à la masse de *data*, l'imbrication des technologies, l'expertise renforcée de nos clients et la force des usages, les réponses « toutes faites » ne suffisent plus. **Tous en mode apprentissage pour apprivoiser la complexité.**

Distribution et développement commercial

Force de vente, animation, pilotage : un soutien dynamique aux réseaux partenaires.

Relation client

Souscription, médecine, prestation, qualité client, vie du contrat : une équipe musclée pour une priorité.

Systèmes d'information

Développement, production, architecture, *data*, réseaux, cybersécurité, *Cloud*, IA, API, *bot* : le levier des nouveaux services d'assurance.

Environnement de travail

Immeubles, services, sécurité, et désormais, télétravail et *open space*.

Performance et organisation

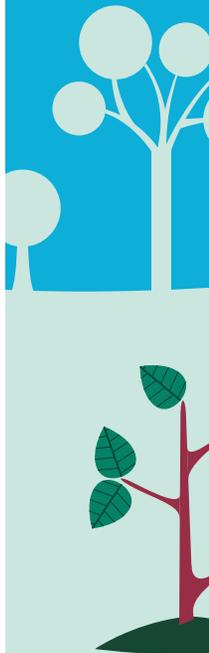
Projets et processus agiles, participatifs, collaboratifs, *digital workplace* : une transformation continue.

Gestion des actifs

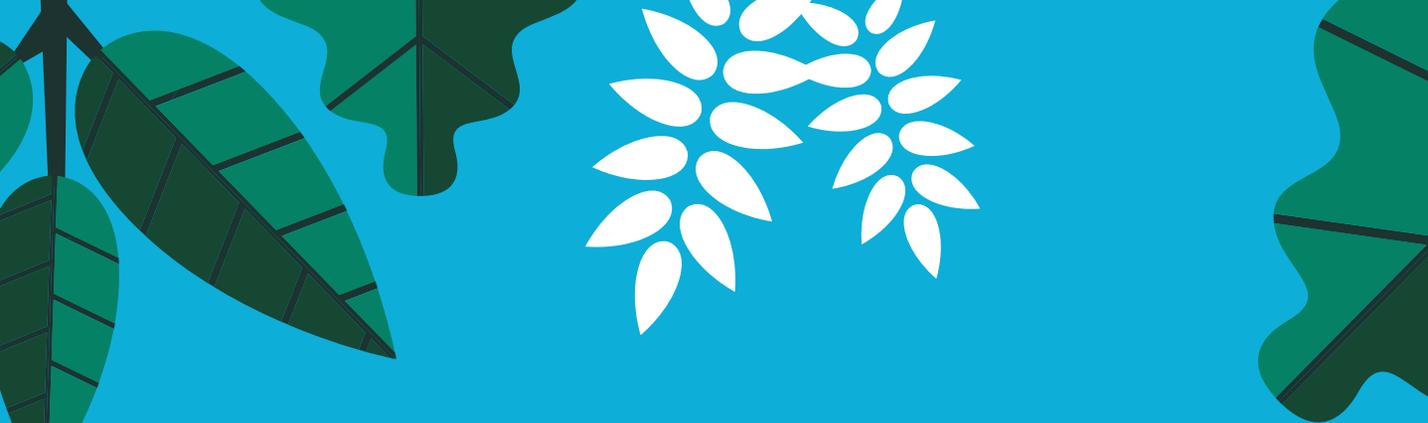
Ingénierie financière, actif/passif, *front* et *middle office* : priorité à la vision de long terme.

Pilotage de l'entreprise

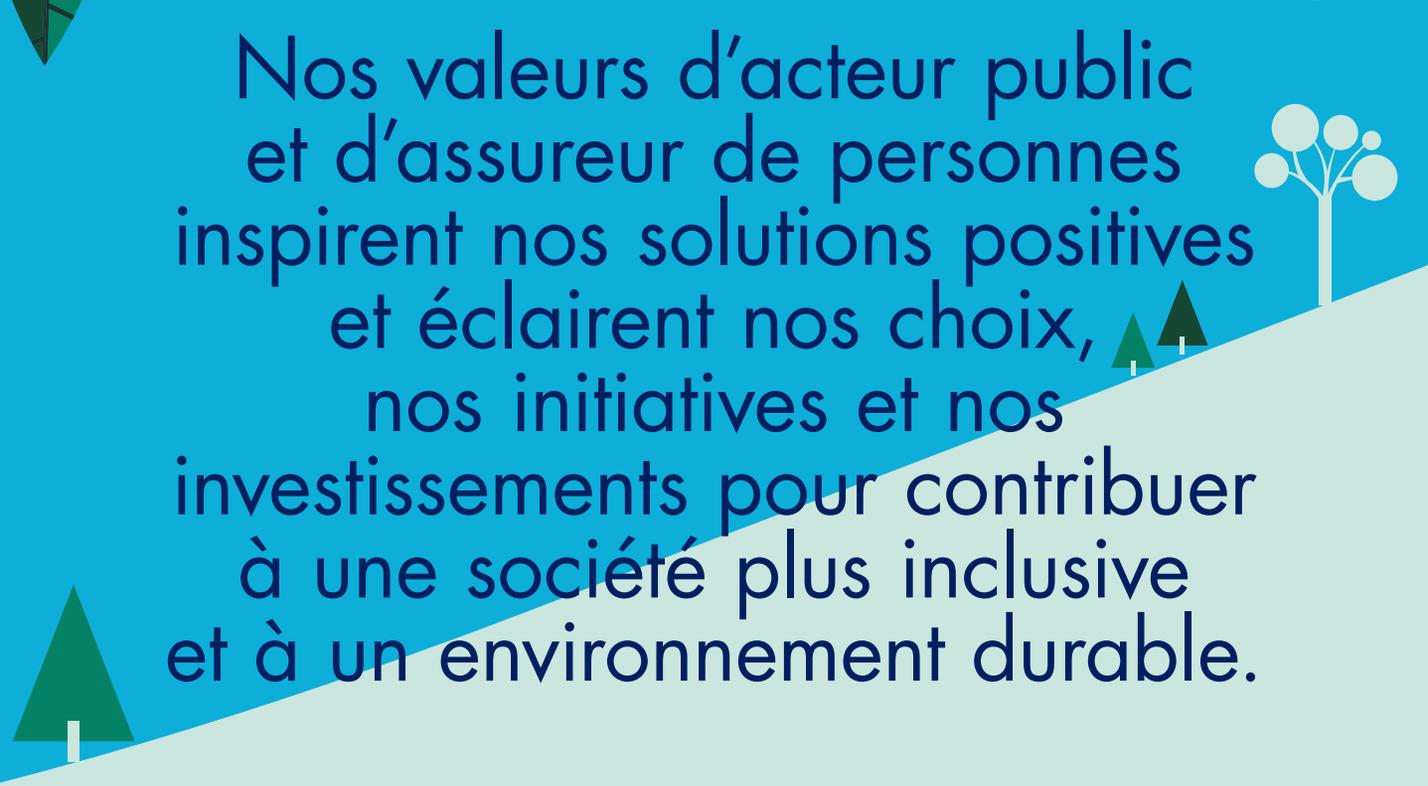
Achats, comptabilité, contrôle de gestion, trésorerie : créer de la valeur pour toutes les parties prenantes.







Nos valeurs d'acteur public
et d'assureur de personnes
inspirent nos solutions positives
et éclairent nos choix,
nos initiatives et nos
investissements pour contribuer
à une société plus inclusive
et à un environnement durable.



**L'ESPRIT
D'ENGAGEMENT**
DANS L'INTÉRÊT DE TOUS

CONTRE LES INEGALITÉS SOCIALES DE SANTÉ : L'ACTION DE LA FONDATION

L'entreprise CNP Assurances réinvente ses solutions pour protéger le plus grand nombre. La Fondation CNP Assurances prolonge cette action dans les territoires défavorisés où les inégalités sociales impactent aussi la santé.

Comme l'entreprise, la Fondation CNP Assurances mise sur la prévention des risques par l'éducation et privilégie la co-construction des projets avec toutes les parties prenantes.

UNITED WAY L'ALLIANCE

agit en amont du décrochage scolaire en accompagnant des collégiens de l'éducation prioritaire tout au long de leur parcours scolaire. Pionnière du mécénat collectif en France, elle co-construit ses programmes avec tous les acteurs de la réussite d'un jeune : écoles, familles, collectivités locales, associations et entreprises.

La Fondation CNP Assurances a rejoint le collectif de mécènes dès la première heure et soutient le programme phare de United Way L'Alliance : « Défi Jeunesse ». Il accompagne les jeunes de la 6^e à la terminale et les aide à développer des savoir-faire et des savoir-être à travers des actions de promotion du bien-être telles que le développement des capacités oratoires et relationnelles. C'est ce volet que CNP Assurances a choisi de co-construire et de soutenir pour faire rimer santé avec réussite à l'école et dans la vie.



« L'expertise de
CNP Assurances
en matière de prévention
a été décisive pour
construire le volet bien-être
de notre Défi Jeunesse.
Il touche aujourd'hui
7 000 jeunes et a
vocation à en accompagner
15 000 en 2021. »

LAURENCE PICCINI
DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DE UNITED WAY L'ALLIANCE



BIBLIOTHÈQUES SANS FRONTIÈRES

facilite l'accès à l'information et à l'éducation, qui permettent à chacun de s'épanouir, en inventant la bibliothèque du XXI^e siècle : Ideas Box. Cette médiathèque mobile en kit vient à la rencontre des populations et se déploie en moins de vingt minutes pour créer un espace de 100 m² équipé de tablettes, d'ordinateurs, de livres et d'un écran de cinéma. La découverte peut commencer. La Fondation CNP Assurances s'est associée à Bibliothèques Sans Frontières pour co-créer une Ideas Box spéciale santé. Forts d'une première expérience réussie à Boulogne-sur-Mer (Hauts-de-France), les deux partenaires ont lancé un second appel à projets auprès des collectivités locales, et Sarcelles (Île-de-France) a décroché la 2^e Ideas Box santé. Elle embarque des contenus santé définis par le pôle Éducation de la ville : des relations sexuelles et affectives à l'accès aux soins, en passant par la prévention de la consommation de drogues.

POUR UNE SOCIÉTÉ INCLUSIVE : L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

AU TRAVAIL

Appel aux entrepreneurs, le Challenge Open Innovation de CNP Assurances saison 1 avait pour thème « améliorer la satisfaction client » et adoptait les codes des challenges d'aujourd'hui : *likes* des collègues et vote des clients avant *pitch* décisif. Mais pas de quoi décourager l'équipe de « Gaston », bien décidée à simplifier la vie des assurés sourds et malentendants. L'interface de notre partenaire Sourdline leur permet d'accéder à CNP Assurances en toute autonomie, par téléphone et par tchat adapté, et d'échanger en direct en langue des signes. Un projet devenu un service en ligne qui reflète l'ADN humaniste de CNP Assurances.

« J'ai été bluffée par ce que la technologie permet, impressionnée par cette expérience humaine vécue en direct et fière de faire entrer, enfin, la langue des signes dans les usages. »

ANNE GROSSETÊTE
PARTENARIAT LBP, ANGERS



DANS LA VIE

Les collaborateurs de CNP Assurances s'engagent aussi, et la Fondation CNP Assurances soutient leurs projets, comme ces cours de gymnastique adaptée pour des enfants en situation de handicap mental et/ou psychique. Qu'elle soit acrobatique, rythmique ou chorégraphique, la handigym les fait gagner en motricité, en autonomie et en confiance. À ce jour, sept enfants présentant des troubles autistiques profitent de ces installations et de ces cours, et l'association redouble d'ambition pour la saison prochaine.

« Ce coup de pouce de la Fondation CNP Assurances est aussi discret que vital pour la section gymnastique rythmique de l'Association sportive de Ballainvilliers (ASBGR), qui se bat pour donner une chance aux enfants différents. »

CHRISTOPHE COURBOT
CHEF DE PROJET MARKETING ÉCONOMIE SOCIALE



LET'S MOVE

Parcourir 40000 km, un tour de la Terre, à pied, à vélo... Les collaborateurs de CNP Assurances en Europe et en Amérique du Sud ont relevé le défi, tous unis pour couvrir la distance et soutenir la lutte contre les inégalités dans le monde. Pendant un mois, 1 147 collaborateurs ont compté leurs pas (via leur smartphone ou leur montre connectée) mais pas leur énergie, pris l'escalier plutôt que l'ascenseur, marché jusqu'au bureau et laissé tomber les transports, fait ou refait du sport après le travail. Au bout du compte et de leur tour de la Terre, le mécénat de CNP Assurances a versé 30000 € à trois associations : Action contre la faim, Oxfam et Plan international, qui luttent au quotidien contre la faim, la pauvreté et les inégalités qui entravent les avenir.



POUR UN MONDE DURABLE : DES INVESTISSEMENTS QUI CHANGENT LA DONNE

CNP Assurances s'attache à donner du sens à son rôle d'investisseur institutionnel en assurant la cohérence de son portefeuille avec ses valeurs.

AVEC PLUS DE 300 Md€

investis dans tous les secteurs,

CNP Assurances est un acteur majeur du financement de l'économie réelle et de l'avenir des territoires. Le Groupe figure parmi les 50 premiers investisseurs institutionnels mondiaux dans le *private equity* et parmi les tous premiers en France. Il engage chaque année 500 à 700 M€ dans les entreprises non cotées et les accompagne à toutes les étapes de leur développement.

Signataire des Principes pour l'investissement responsable (PRI) de l'ONU, le Groupe sélectionne ses investissements à l'aune de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG).

En dix ans, cette pratique a gagné tous les compartiments d'actifs.

AVEC 81% DE SES ACTIFS

passés aux filtres ESG à fin 2018 et 19% partiellement, CNP Assurances déploie une approche globale d'investisseur responsable avec des modalités adaptées à la nature propre de chaque compartiment d'actifs.

AVEC 10 Md€ D'ENCOURS

en investissements verts à fin 2018 et de nouvelles ambitions pour se retirer de l'industrie du charbon, CNP Assurances conforte sa décision de s'engager de plus en plus fortement dans la lutte contre le changement climatique. Le Groupe est convaincu qu'un problème environnemental à grande échelle générerait un risque financier contre lequel il doit se prémunir pour tenir ses engagements parfois de très longue durée vis-à-vis de ses assurés.

« L'investissement responsable n'est ni une contrainte, ni une formalité, c'est un levier pour faire face aux défis de nos sociétés. »

OLIVIER GUIGNÉ
DIRECTEUR DES INVESTISSEMENTS GROUPE

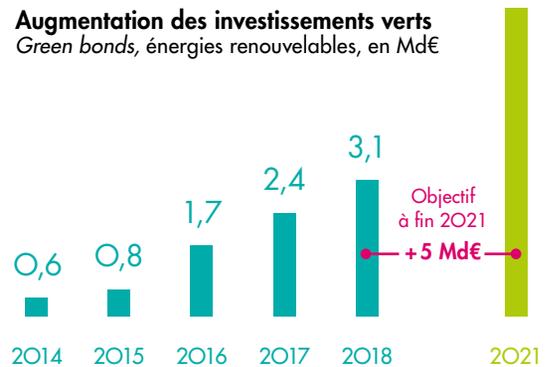




DES ENGAGEMENTS FORTS POUR LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ET ÉCOLOGIQUE

afin de contribuer à limiter le réchauffement climatique à 2 °C à la fin du siècle

Augmentation des investissements verts Green bonds, énergies renouvelables, en Md€



Réduction de l'empreinte carbone du portefeuille d'actions

en tonnes équivalent CO₂ par millier d'euros investi



Ter

acteur en épargne salariale

issu du monde paritaire et mutualiste, né de la fusion des expertises et des moyens d'Humanis (55%), CNP Assurances (30%) et AG2R La Mondiale (15%). Forts de trois ans de collaboration et près de 590000 comptes épargnants, les trois groupes construiront et distribueront ensemble une offre d'épargne salariale alternative au monde de la bancassurance qui fera rayonner les valeurs de l'économie sociale.



partenaires courtiers

Sur un marché de l'assurance emprunteur challengé par les évolutions réglementaires et l'arrivée de nouveaux acteurs, CNP Assurances a décidé de se lancer à la conquête de l'assurance emprunteur individuelle avec des courtiers grossistes de référence : CBP/iAssure, Assuréea et BPSIs. Trois partenariats assortis de trois offres innovantes qui confortent le modèle ouvert de CNP Assurances et son ambition de représenter 10% du marché de l'assurance emprunteur individuelle en France⁽¹⁾.

(1) Hors offres des captives bancaires.

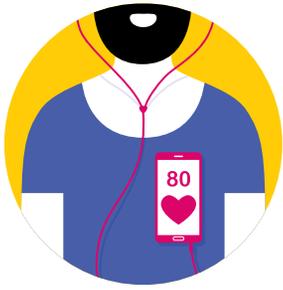
ASSURANCE VIE



300 000

C'est le nombre moyen de bénéficiaires de contrats d'assurance vie confrontés chaque année aux démarches complexes liées au décès d'un proche. Désormais, le service en ligne « e-bénéficiaire » de CNP Assurances les accompagne dans cette épreuve. Une première dans le monde de l'assurance.





Ma Santé

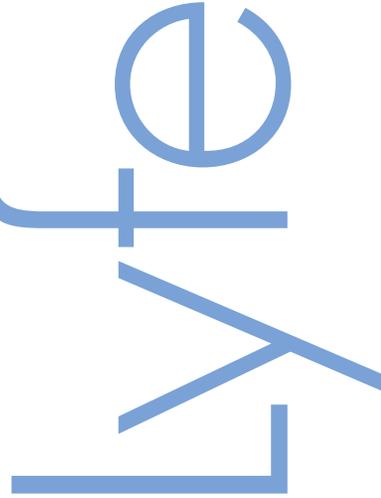
Une première chez Amétis !

La première offre de santé individuelle distribuée par le réseau salarié de CNP Assurances, Amétis, a tout pour réussir : un niveau de remboursement personnalisable pour chaque poste de soins, l'accès au portail santé Lyfe et aux services d'assistance du Groupe pour un prix très compétitif, et l'accompagnement de proximité des 220 conseillers du réseau Amétis.



Kiwi vitamine les UC

La clientèle patrimoniale n'attend pas. CNP Patrimoine met l'outil Kiwi UC à la disposition de ses partenaires. Il permet le traitement instantané des demandes d'éligibilité de titres et la souscription dématérialisée. De quoi conforter la très bonne collecte de CNP Patrimoine en 2018 à 2 158 M€, dont 44,1 % d'unités de compte.



Toujours + de services

CNP Assurances multiplie les partenariats pour doper son portail digital de services en santé. Point Vision, le spécialiste de l'ophtalmologie, donne aux utilisateurs de Lyfe un accès rapide aux soins dans ses 25 centres répartis partout en France. L'appli Goalmap, n° 1 du coaching bien-être en France, les soutient jusqu'au bout de leurs bonnes résolutions.



Moins de 2 minutes pour assurer son mobile,

sans franchise, sans délai de carence et sans engagement, depuis l'appli de paiement mobile développée par Lydia. Cette *fintech*, accompagnée dans le cadre du programme Open CNP, simplifie l'assurance tout en régénérant l'offre, la méthode et la clientèle de CNP Assurances.

= 2

Italie

1 an de succès

Le nouveau partenariat avec UniCredit démarre en force. CNP UniCredit Vita affiche 3,3 Md€ de collecte en épargne/retraite, en progression de 29% par rapport à 2017, et un chiffre d'affaires en hausse de 15,1% sur le marché émergent de la prévoyance.



+ 2 pays

pour CNP Santander

La Belgique et les Pays-Bas renforcent le périmètre de la filiale, qui couvre désormais 12 pays d'Europe (Allemagne, Pologne, Italie, Espagne, Autriche, Portugal, Norvège, Suède, Danemark, Finlande, Belgique et Pays-Bas) avec une offre de prévoyance et d'assurance emprunteur en crédit à la consommation.



Bésil



Accord en vue

Le protocole d'accord engageant conclu avec Caixa Seguridade le 30 août 2018 prévoit un nouvel accord de distribution exclusif dans le réseau brésilien de Caixa Econômica jusqu'en 2041. Le nouveau périmètre de l'exclusivité qui couvre la prévoyance, l'assurance de crédit à la consommation et la retraite est en cours de discussions.

Chypre

la montée à 100%

au capital de sa filiale CNP Cyprus Insurance Holdings marque la poursuite de l'expansion internationale du Groupe. N° 2 de l'assurance à Chypre, la filiale s'appuie sur le plus grand réseau d'agents indépendants du pays pour distribuer une gamme complète d'assurance vie et non vie.



Argus d'Or de l'assurance affinitaire

en 2019 pour Youse Home, l'offre de garantie locative signée Youse Europe, la start-up de CNP Assurances, qui réconcilie les locataires et les propriétaires.

Argus d'Or de l'innovation managériale

en 2018 pour le 1^{er} Challenge Open Innovation organisé par CNP Assurances, qui a mobilisé 953 collaborateurs pendant huit mois sur le thème de l'amélioration de la relation client.

r

IA



Trophée de Bronze

Le modèle de *Fuzzy Matching* développé par les *data scientists* de CNP Assurances combine *machine learning* et intelligence artificielle avec des indicateurs avancés, et permet de retrouver plus de 99% des bénéficiaires de contrats d'assurance vie en déshérence. Ce qui lui a valu le bronze dans la catégorie Innovation relation client lors des Trophées de l'assurance 2018.

99/100



Égalité femmes-hommes

C'est la note globale de CNP Assurances à l'index de l'égalité femmes-hommes, maximale sur la quasi-totalité des indicateurs de mesure, et le fruit d'un engagement continu dans la lutte contre les inégalités salariales entre les femmes et les hommes, et pour la diversité.

A1

Solidité financière validée

par deux agences de notation financière de premier plan. Moody's confirme sa notation A1 (perspective stable), tandis que Standard & Poor's hausse sa notation d'un cran de A- à A. Dans les deux cas, la perspective d'un nouvel accord de distribution au Brésil constitue un élément positif.



Confiance

Sur le marché obligataire

Preuve de la qualité de la signature de CNP Assurances et de la confiance des investisseurs institutionnels dans la solidité du Groupe, le placement réussi de 500 M€ d'obligations subordonnées *Restricted Tier 1* à durée indéterminée en 2018 et de l'émission subordonnée *Tier 2* début 2019 d'un même montant de maturité dix ans. Les fonds provenant de ces deux émissions entreront dans la constitution du capital réglementaire Solvabilité 2.

LE LOB

La lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme

est une priorité absolue de CNP Assurances, mais les exigences réglementaires ont évolué plus vite que son dispositif de prévention, en place lors du contrôle en 2014. L'amende imposée par l'ACPR⁽¹⁾ à CNP Assurances en 2018, en dehors de toute fraude, a mobilisé fortement l'entreprise sur la question. Formation et sensibilisation de tous les collaborateurs, industrialisation et automatisation de l'intégralité du dispositif, contrôle des distributeurs, des clients et de leurs opérations renforcent désormais le dispositif.

(1) Autorité de contrôle prudentiel et de résolution, organe de supervision de la banque et de l'assurance en France.

Cyber-sécurité

7^e investissement d'Open CNP,

le programme de *corporate venture* du Groupe, la start-up YesWeHack mobilise l'intelligence collective (plus de 7 000 experts en cybersécurité dans 120 pays) pour aider les entreprises à sécuriser leur périmètre exposé : sites web, applis, infrastructures et objets connectés. Mi-2018, CNP Assurances a rejoint la plateforme YesWeHack et mis en place son programme de *Bug Bounty*, qui récompense tout membre détectant une faille de sécurité dans ses systèmes.



À suivre...

Le projet de rapprochement entre CNP Assurances et La Banque Postale

pour la constitution d'un grand pôle financier à capitaux publics est fixé à l'horizon 2020. Pour les actionnaires, il s'inscrit dans la confiance et la continuité, et sera créateur de valeur pour tous, pour les clients et les territoires, pour les partenaires, pour les collaborateurs et pour la société.

PERFORMANCES

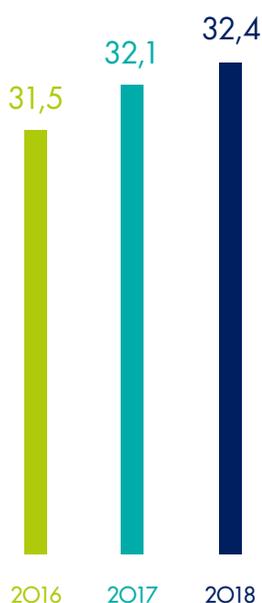
Les chiffres clés de 2018 illustrent la réorientation du mix produits de CNP Assurances et confortent ses trois piliers stratégiques : la qualité de service client, le développement des partenariats et la rentabilité pour les investisseurs.

(Source : résultats annuels 2018 de CNP Assurances.)

Nos résultats en 5 chiffres

CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE

(en milliards d'euros)



RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION (RBE)

2 924 M€

+1,2%

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

1 367 M€

+6,4%

NET OPERATING FREE CASH-FLOW

1 462 M€

+31,4%

DIVIDENDE PAR ACTION

0,89 €

+6%

ENCOURS MOYENS NETS EN 2018

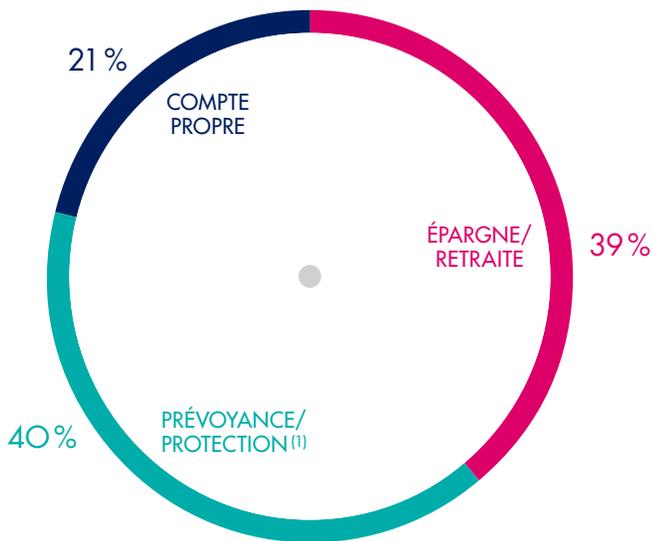
313 Md€

+1%

CNP Assurances vise en priorité à maintenir un dividende par action stable ou croissant d'une année sur l'autre.

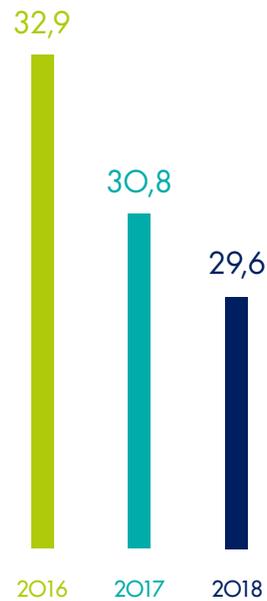
L'amélioration significative du mix produits et une très bonne maîtrise des coûts

RÉPARTITION DU RBE PAR SEGMENT
(en %)



(1) Prévoyance, santé, assurance emprunteur et IARD.

BAISSE CONTINUE DU COEFFICIENT D'EXPLOITATION (2)
(en %)



(2) Cet indicateur mesure l'efficacité opérationnelle en termes de frais de gestion. Il se calcule en divisant les frais de gestion par le produit net d'assurance. Une baisse du ratio traduit ainsi une amélioration de l'efficacité opérationnelle.

PROGRESSION DES UC
dans le chiffre d'affaires Épargne/retraite

+14%

Tour du monde des résultats



EN FRANCE,
Le produit net d'assurance (PNA) de 1 804 M€ est en hausse de 5,2%. L'épargne/retraite bénéficie de la croissance des ventes en unités de compte et la prévoyance d'une amélioration de la sinistralité sur exercices antérieurs.



EN AMÉRIQUE LATINE,
le PNA atteint 1 069 M€ (-0,6% à change courant et +19,4% à change constant), sous l'effet notamment de la forte croissance des encours en retraite.

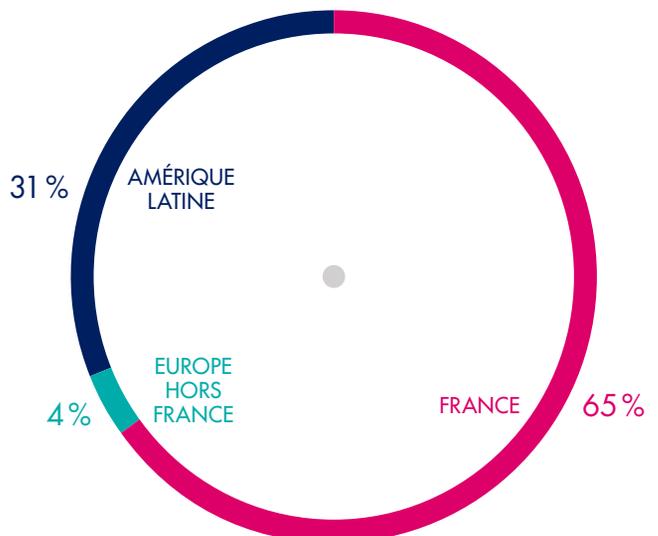


EN EUROPE HORS FRANCE,
le PNA atteint 241 M€, en baisse de 6,8% en raison, notamment, du coût lissé sur trois ans du renouvellement de l'accord de distribution avec UniCredit en Italie. Le PNA de CNP Santander enregistre une forte progression (+21,8%).

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (en milliards d'euros)

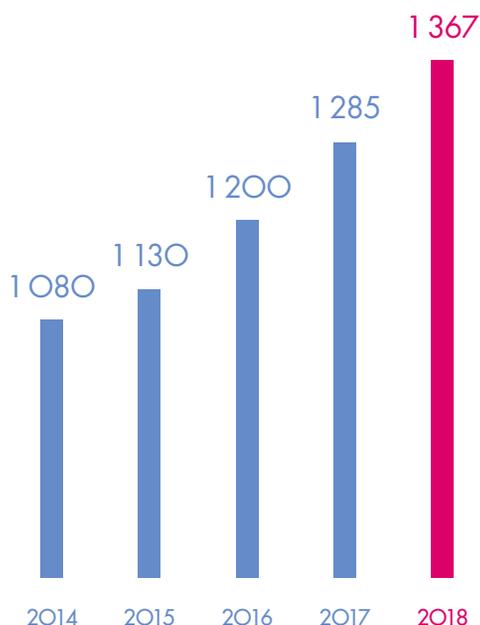


RÉPARTITION DU RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION (RBE) PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

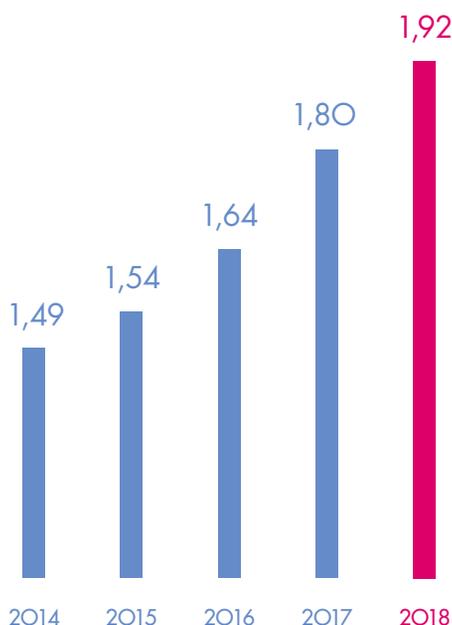


Une stratégie créatrice de valeur à long terme

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE (en millions d'euros)



RÉSULTAT PAR ACTION (en euros)



CASH FLOWS CUMULÉS 2012-2018

12 Md€

dont 4,2 Md€ de renforcement du *free surplus*, permettant une forte flexibilité financière.

Taux de couverture du SCR Groupe (Solvabilité 2)

187%

Cette solvabilité élevée témoigne de la solidité du bilan du Groupe.

PERFORMANCE DU COURS DE BOURSE

Dividendes réinvestis
(du 31/12/2012 au 31/12/2018)

+ 57,8 %

CAC 40

+ 86,8 %

STOXX EUROPE 600
INSURANCE INDEX

+ 116,3 %

CNP ASSURANCES

Le cours de l'action CNP Assurances a surperformé tant les grandes valeurs françaises que les valeurs européennes du secteur de l'assurance.

LE COMITÉ EXÉCUTIF

AU 2 MAI 2019

CNP Assurances poursuit le développement de ses partenariats, accélère sa transformation digitale et initie des projets stratégiques pour le Groupe, avec l'appui attentif et sans faille de son conseil d'administration.

Le directeur général met en œuvre la stratégie adoptée par le conseil. Il est assisté par le comité exécutif, qui associe les responsables représentant les enjeux clés de l'entreprise. 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 sur proposition de CNP Assurances d'au moins la moitié des administrateurs des filiales à l'étranger garantissent la cohérence du pilotage stratégique du Groupe.



Xavier Larnaudie-Eiffel
Directeur général adjoint
Partenariats et développement



Yves Couturier
Directeur général adjoint,
Clientèles modèle ouvert
& Protection sociale et services



Antoine Lissowski
Directeur général



Thomas Chardonnel
Partenariat BPCE
et activités retraite



Laurent Jumelle
Partenariat Amérique latine



Thomas Béhar
Finances Groupe



Olivier Guigné
Investissements Groupe



Bérengère Grandjean
Ressources humaines Groupe



Martine Vareilles
Partenariat La Banque Postale



Hervé Thoumyre
Expérience client et systèmes
d'information



Marie Grison
Secrétaire général

Retrouvez-nous sur cnp.fr

Accédez à votre espace : particulier, professionnel, candidat, Newsroom (dédié aux journalistes), investisseurs (pour les analystes et les actionnaires).

Plongez dans lyfe.fr

La plateforme de services santé et bien-être qui simplifie la vie des salariés.

Découvrez Youse.fr

Le premier service de garantie locative 100% digitale.

Suivez-nous

 [@CNP_Assurances](https://twitter.com/CNP_Assurances)
 [cnpassurances.official](https://www.facebook.com/cnpassurances.official)
 [linkedin.com/company/cnp](https://www.linkedin.com/company/cnp)
 [youtube.com/c/CnpFr_officiel](https://www.youtube.com/c/CnpFr_officiel)

