

# ESP

## BILAN DE COMPÉTENCES



Bachelor Chef de projet Communication et Publicité  
*Stratégie de Marketing et Communication*

---

Ksenia SKORIK



## REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je tiens à remercier ma tutrice, Mélodie Vo, chargée de marketing opérationnel à La Banque Postale Assurances IARD, de m'avoir accompagnée tout au long de l'année. Grâce à son expertise et sa méthode d'apprentissage, j'ai pu acquérir de nouvelles compétences en gestion de projet et avoir une nouvelle approche au métier de Chef de projet en communication et publicité.

Par ailleurs, je remercie toute l'équipe de la Direction Offres et Distribution à La Banque Postale Assurances IARD pour l'accueil, le partage de connaissances et la convivialité, qui ont facilité mon intégration et m'ont permis de m'épanouir dans mon travail.

Je tiens également à remercier Caroline Cangi, responsable pédagogique à l'ESP, ainsi que le bureau pédagogique et en particulier Evelyne Renard, chargée des relations aux entreprises, pour leur soutien depuis le début de ma formation

Bien que ce bilan concerne principalement l'année scolaire 2016-2017, je souhaiterais néanmoins remercier Jean-Philippe Clément et les enseignants du BTS, qui m'ont donné l'envie de poursuivre dans cette voie.



# SOMMAIRE

## Introduction : Les rencontres

p.6-10

L'art, la culture et la musique	p.7
L'ESP, l'École supérieure de publicité, de communication et de marketing	p.8
L'entrepreneuriat social et solidaire	p.9
La Banque Postale Assurances IARD	p.10

## La Banque Postale Assurances IARD

p.11-23

L'historique	p.12
L'organisation interne	p.13-14
L'activité	p.15
Le marché de l'assurance des biens	p.16
Le contexte concurrentiel	p.17
LBPAI : L'assureur du Groupe La Poste	p.18
Le marketing opérationnel : Le métier qui tend à être légifère	p.19
Un avenir construit avec les collaborateurs	p.20-23

## Mon année professionnelle

p. 24-34

Rétention & Fidélisation	p.25
Lettre Infos et Conseils de décembre	p.26-27
Supports dédiés à la Lettre Infos et Conseils	p.28
Personnalisation de la Lettre Infos et Conseils	p.29
Personnalisation de la Carte Verte	p.30
Automatisation du Courrier Bonus Franchise / E-mailing Garantie Revente	p.31
Site dédié à la plateforme de commande de goodies	p.32
Discours Client (SVI, SMS, EML)	p.33
Campagnes Média	p.34

## Interviews

p. 35-39

Mélodie Vo, chef de projet en marketing opérationnel à LBPAI	p.36-37
Nathanael Molle, entrepreneur social, co-fondateur de Singa	p.38-39

## Conclusion

p. 40-41

## Annexes

p. 42-60

# INTRODUCTION

## *Les Rencontres*



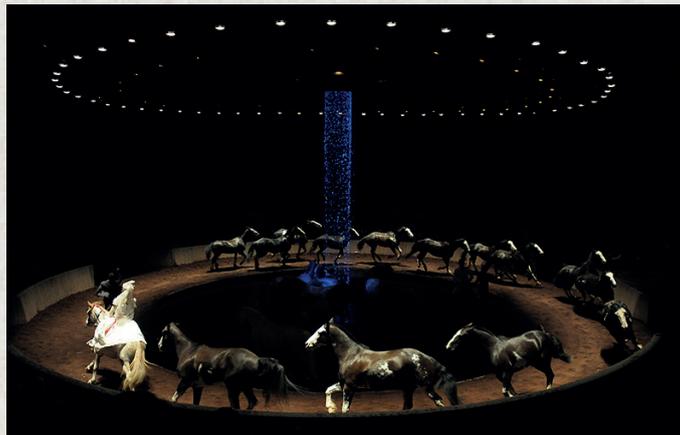
« La rencontre de soi passe par la rencontre avec l'autre ». C'est à l'aide de ces paroles de Jacques Salomé, que je souhaiterais vous amener avec moi dans un voyage à travers mon parcours professionnel. Riche en rencontres, celui-ci m'a permis de me réaliser en tant qu'individu et d'améliorer mes compétences en communication et marketing.

# L'art, la culture et la musique



Après avoir eu mon baccalauréat à l'âge de 16 ans, j'ai été acceptée à l'Académie d'Art Théâtral de Russie en Faculté de la Théâtrologie. Au départ, je souhaitais devenir critique de théâtre car je m'intéressais de très près au secteur du spectacle vivant. J'ai pu assister et participer à de nombreux événements autour des arts, de la culture et de la musique ainsi qu'à de nombreuses rencontres d'artistes et de comédiens. Cependant, malgré la qualité de l'enseignement, j'ai décidé d'interrompre mes études supérieures pour entrer dans la vie active.

J'ai travaillé en tant qu'hôtesse d'accueil auprès du Festival International de Théâtre Tchekhov à Moscou, lors des représentations du Théâtre équestre « Zingaro » et celles du « Cirque Ici ». J'ai également été amenée à participer à l'organisation d'expositions, de colloques et de spectacles auprès du Centre Culturel Français et de l'Ambassade de France à Moscou, et veiller à leur bon déroulement. J'ai aussi été vendeuse dans une librairie généraliste où j'ai pu acquérir de nouvelles compétences liées à la relation client.



En 2009, je suis venue à Paris en tant que jeune fille au pair et ai appris le français à l'École Privée de Français et à la Sorbonne Nouvelle, où j'ai été inscrite en Diplôme universitaire d'études françaises. En 2011, j'ai été admise à l'Université Paris VIII en Faculté des Arts du spectacle, option Cinéma. J'ai par ailleurs effectué un stage d'un mois en tant qu'assistante de production en 2011 chez Les Films du Poisson, une société de production à Paris. L'expérience acquise lors de ce stage m'a permis de développer des compétences en gestion de projet et en travail en équipe. Durant mes études, j'ai travaillé en tant qu'hôtesse d'accueil au Théâtre du Rond-Point et fait la promotion d'un artiste russe de musique actuelle à Paris.



En 2014, mon parcours a guidé mon choix pour me spécialiser en communication et devenir chargée de projets culturels et artistiques. L'idée de permettre à un événement d'avoir lieu ou à un artiste de se faire connaître m'a toujours donné envie de m'y impliquer et de mener chaque objectif à bien. Souhaitant trouver ma voie, j'ai fait un bilan d'orientation, à la suite duquel j'ai choisi l'ESP, car le programme proposé pour le BTS en Communication paraissait correspondre à mes attentes, ainsi que pour l'accueil qui m'a été réservé lors de la journée portes ouvertes.



Dans le cadre de ma formation, j'ai effectué des stages en tant que chargée de projet dans le secteur de l'Économie Sociale et Solidaire. J'ai travaillé auprès de l'association Musique pour Tous, qui favorise, par l'apprentissage de la musique, l'intégration sociale de jeunes qui n'y ont pas accès. J'ai été amenée à diriger une équipe lors d'une campagne de crowdfunding qui a atteint son objectif.



J'ai également été stagiaire au sein de l'association Singa. Celle-ci a pour vocation d'accompagner les réfugiés dans leur intégration socio-économique, en apportant des solutions innovantes et en renforçant les échanges et la coopération avec la société d'accueil. J'ai mis en place un outil permettant d'accompagner des porteurs de projets souhaitant créer leur propre entreprise en France. J'ai également participé au développement du premier réseau citoyen « CALM : Comme à la maison », mettant en relation des personnes réfugiées mal logées ou sans domicile fixe et des particuliers. Durant ce stage j'ai développé mes compétences dans la mise en place d'une stratégie de communication, l'organisation d'évènements, les relations presse et partenariales, la gestion de projets et le marketing opérationnel. J'ai également accompagné l'association Singa dans la mise en place du département « sport », au niveau national et international.

Cette expérience a changé mon regard sur la société actuelle et a révélé mon intérêt pour de nombreuses causes, comme les droits de l'homme, l'environnement et le secteur de l'innovation sociale.



Après avoir eu mon BTS Communication, j'ai décidé de poursuivre mes études à l'ESP et de me spécialiser en stratégie de marketing et communication. Parmi les filières proposées, celle-ci me semblait être une suite d'études logique. Jusqu'à présent, je me suis principalement occupée de la stratégie de communication, le domaine dans lequel je souhaiterais exercer à l'avenir. De plus, j'ai toujours été passionnée par les parties analyse et marketing. Enfin, le programme proposé par l'ESP en 3ème année incluait des matières telles que média planning, planning stratégique et insight, essentielles à l'obtention du titre de chef de projet.

Le choix de ma formation m'a permis de trouver un contrat de professionnalisation au sein du Groupe La Poste.

Actuellement Assistante en marketing opérationnel à la Banque Postale Assurances IARD en contrat de professionnalisation, je souhaiterais acquérir de nouvelles compétences au sein d'une grande entreprise ayant déjà de l'expérience dans le milieu associatif.

Après avoir passé plusieurs entretiens d'embauche et reçu plusieurs réponses favorables, j'ai choisi de prendre ce poste car lors de notre entretien, ma future tutrice m'a convaincue en me proposant un réel accompagnement pour progresser, ce que je recherchais avant tout.

LA BANQUE POSTALE  
ASSURANCES IARD  
*Contrat de professionnalisation*



ASSURANCES  
IARD

---

# Historique



En 1998, La Poste en partenariat avec la Caisse Nationale de Prévoyance, crée Assurposte. Plus tard, en janvier 2006, le Groupe La Poste, ouvre la filiale La Banque Postale, une banque publique française, qui reprend ses services financiers.

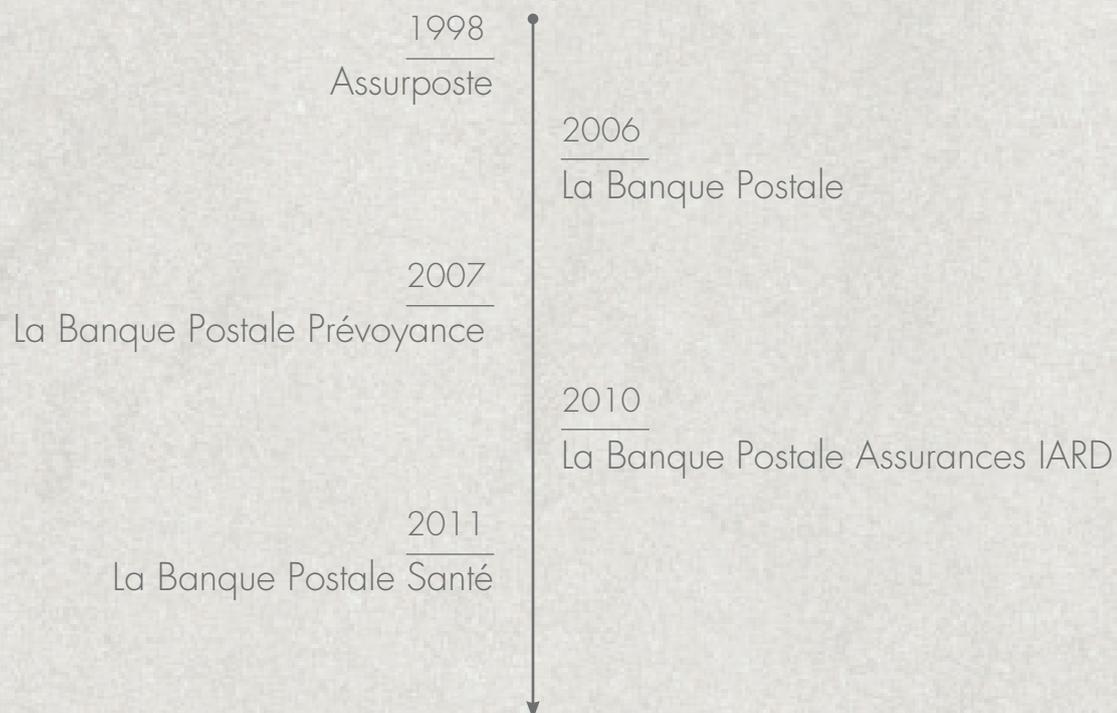
En novembre 2007, Assurposte devient La Banque Postale Prévoyance. Il s'agit désormais de la première filiale avec une activité dans le secteur de l'assurance, au sein de La Banque Postale. La Banque Postale Prévoyance propose des contrats de prévoyance individuelle : garantie des accidents de la vie, décès, dépendance, obsèques

En décembre 2010 La Banque Postale Assurances IARD est créée. Il s'agit d'une filiale détenue à 65% par La Banque Postale et à 35% par Groupama, qui porte la gamme de produits d'Assurances IARD avec une ambition : faire de l'Assurance des Biens autrement, en cohérence avec les valeurs du Groupe La Poste.

Son siège se situe au 34, rue de la Fédération, dans le 15<sup>ème</sup> arrondissement de Paris.

Aujourd'hui, l'offre d'Assurance des Biens permet de contribuer au développement de La Banque Postale, en améliorant la relation bancaire multicanale en la personnalisant davantage.

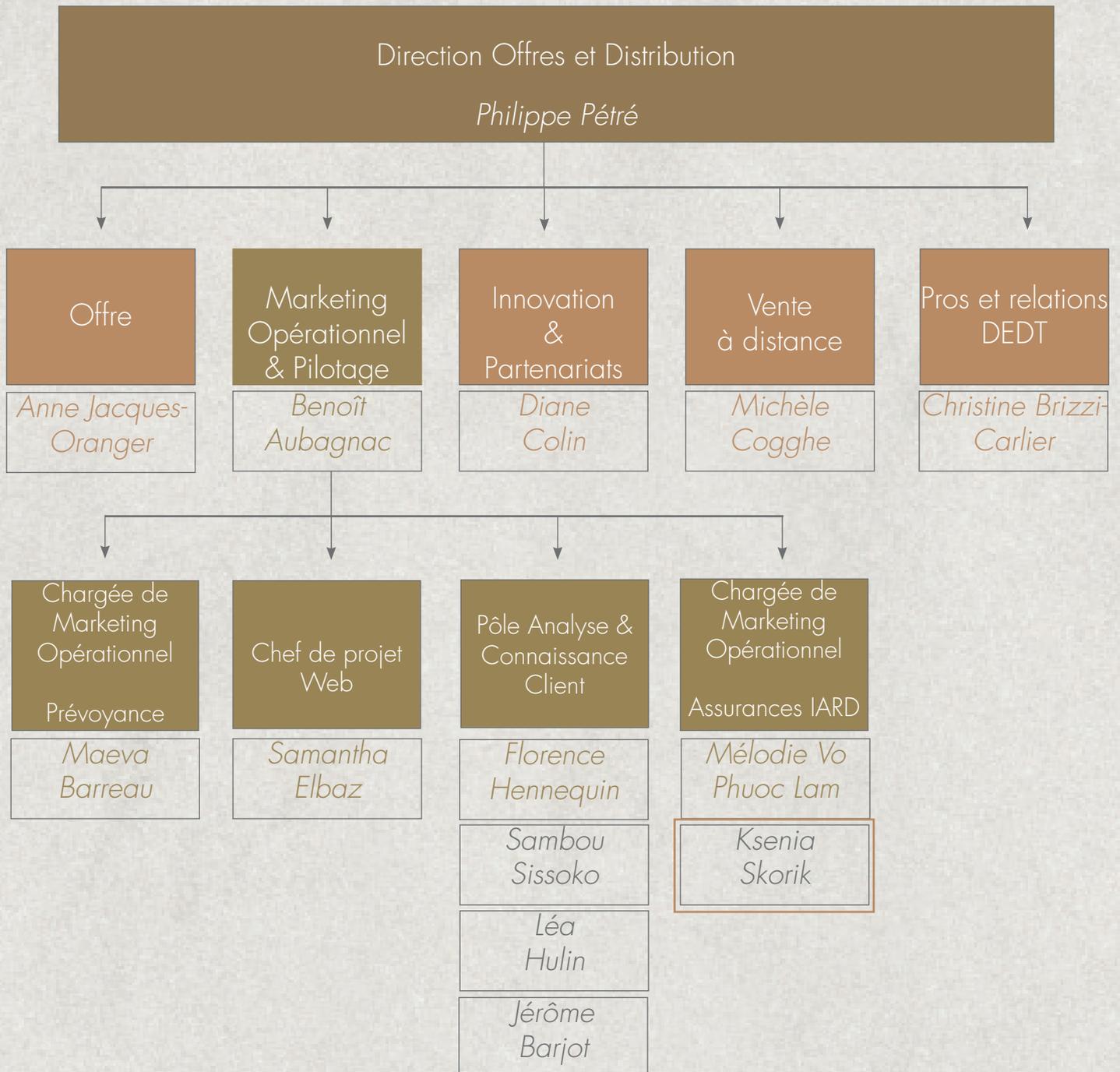
Une année plus tard, La Banque Postale Assurance Santé voit le jour. L'offre d'assurance est désormais complète et permet l'apparition de la Maison de l'Assurance, suite au regroupement des trois filiales en septembre 2016.



# Organisation interne



## Direction du Développement Assurance non-vie





## Communication & Solitation Clients

Contribution à la gestion des actions de fidélisation : revue du parcours client relationnel, proposition de nouveaux supports de communication, etc.

Définition du Plan d'actions commerciales et marketing : media, mailing, plv, web et suivi des actions.

Accompagnement du CRC dans les éléments de langage : définition des messages du serveur vocal, cohérence des éléments de langage dans les éditiques de gestion, rédaction des argumentaires clients, etc.

Suivi des budgets du service Marketing Opérationnel (Media, Hors Media, WEB)



La Banque Postale Assurances IARD (LBPAI) propose des produits d'Assurance des Biens qui couvrent les assurés et leurs biens. Les produits détenus par la filiale sont les suivants : Assurance Habitation, Assurance Auto, Protection Juridique et Assurance des appareils fixes et nomades du foyer. Les contrats couvrent les clients et leurs biens assurés suite aux sinistres qui peuvent être causés par des incendies, des dégâts des eaux, le vol, etc.

Au titre des garanties de base, La Banque Postale Assurances IARD propose une couverture pour les besoins essentiels en indemnisant les :

- dommages causés à des tiers au titre de la Responsabilité civile privée de l'assuré,
- dommages subis par l'assuré

et en complétant par la mise à disposition d'une assistance en cas d'urgence.

Pour être encore mieux protégé, le client peut disposer de garanties optionnelles. Avec l'Assurance Habitation, LBPAI va encore plus loin en proposant une offre dite « sur-mesure » en avance sur le marché et qui répond aux besoins des clients.

Le modèle LBPAI est basé sur le principe du mix canal qui se place au cœur de la relation client : le client peut souscrire un contrat en se rendant dans un Bureau de Poste près de chez lui, via le site Internet ou encore par téléphone, le devis ainsi que le contrat resteront identiques. Egalement une avancée dans le métier.

Grâce à cette stratégie, et malgré un contexte extrêmement concurrentiel, notamment sous l'effet de la Loi Hamon, LBPAI enregistre l'une des plus fortes progression sur le marché des bancassureurs. En 2016, après seulement 5 ans d'existence, elle se trouve dans le Top 15 des assureurs pour l'Assurance Habitation, tout comme elle gagne des places dans le Top 20 pour l'Assurance Auto.

Toujours dans l'optique de travailler avec les filiales du Groupe, LBPAI a collaboré avec MobiGreen, filiale à 100% de La Poste qui dispense des cours d'éco\_conduite, afin d'étoffer une offre promotionnelle dédiée aux clients qui ont assuré une voiture écologique chez elle.

En ce qui concerne l'un des principaux objectifs marketing de La Banque Postale Assurances IARD, il s'agit essentiellement de renforcer l'intérêt du public et du réseau aux produits d'Assurances des Biens et de Personnes, proposées par La Banque Postale.

Dans un premier temps, à travers l'équipement des clients de La Banque Postale en produits d'assurances, afin de les fidéliser en complétant l'équipement. Dans un second, en faisant de la fidélisation des clients LBPAI un axe majeur dans toute relation tissée avec ces derniers. L'enjeu fondamental est de positionner La Banque Postale en tant que bancassureur complet.



L'ensemble du marché des assurances de biens et de responsabilité se place dans un contexte concurrentiel intense et de croissance faible. Cependant, les Assurances Habitation et Auto se portent plutôt bien.

Des hausses de 2,5% de cotisations allouées à l'Assurance Habitation et de 1,8% à l'Assurance Automobile ont été observées en 2016.

En 2016, l'ensemble des cotisations du marché pèse 53,4 milliards euros, dont 33,6 milliards d'euros de cotisations versés par des particuliers.

Le secteur des Assurances de Bens a connu une année difficile en termes de nombreuses sinistralités, causées par des conditions climatiques et des catastrophes naturelles. Ce fut notamment le cas avec les inondations qui ont eu lieu en France aux mois de mai et juin et qui ont principalement touché les régions d'Ile-de-France et de la Loire.

En outre, la hausse des cambriolages et des coûts moyens des véhicules fragilise de plus en plus l'activité, touchée par des événements climatiques imprévus.

Le marché est marqué par une forte saisonnalité. La reprise des contrats à la concurrence est un des moments clés liés aux échéances du 1er janvier et ceux du 1er avril.

Un autre facteur externe, l'entrée en vigueur de la loi Hamon, peut causer le risque de résiliation de contrats plus fréquent. En effet, la simplification dans les démarches administratives du point de vue client augmente la pression concurrentielle.

Avec ces multiples facteurs, un des enjeux fondamentaux des acteurs du marché est de répondre à une forte attente au niveau de la qualité de la relation et du conseil des clients, afin de pouvoir conserver le portefeuille.

L'importance est également accordée à la flexibilité et à l'adaptation des produits aux différents segments de clientèle.

Par ailleurs, l'émergence et la structuration de l'Economie collaborative définit de nouveaux usages dans le secteur de l'assurance : la location de biens entre particuliers, le co-voiturage, etc. Les acteurs du marché sont dans l'obligation de proposer des produits plus diversifiés, en phase avec les tendances de la consommation plus responsable.

Un enjeu majeur, qui incite les assureurs à développer de nouvelles offres, à innover à travers l'extension de garanties et le discours client.

# Le contexte concurrentiel



Le marché couvert par un nombre encore important d'acteurs, s'appuyant sur des modèles opérationnels très différents.

Type d'acteurs	Campagnes «traditionnelles»	«Bancassureurs»	Assureurs Mutualistes	Mutuelles Santé (ou Mutuelles 45)	Instituts de Prévoyance	Assureurs directs
Positionnement historique	Généralistes de l'assurance : tous les produits / tous métiers / toutes formes de distribution	Entrés sur le marché avec l'assurance vie dans les années 1990, montés en puissance sur les autres produits	Caractère professionnel ou sans intermédiaire essentiellement sur l'assurance Dommages	Positionnement «social» du monde mutualiste, sur la complémentaire Santé	Gestionnaires de la retraite complémentaire, positionnement sur la prévoyance, individuelle et collective	Canal de distrib exclusif sans intermédiaire pour des produits d'assurance généralistes (particuliers en majorité)
Principaux intervenants et regroupements	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Axa</li> <li>- Allianz</li> <li>- Générali</li> <li>- SwissLife</li> <li>- Aviva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BNP Parisbas Cardif</li> <li>- Socecap</li> <li>- Predica CA</li> <li>- Pacifica CA</li> <li>- CNP</li> <li>- BPCE Assurances</li> <li>- Crédit Mutuel Assurances</li> <li>- La Banque Postale Assurances IARD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MMA</li> <li>- Groupama</li> <li>- MAIF</li> <li>- MACIF</li> <li>- MATMUT</li> <li>- MAAF</li> <li>- GMF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MGEN</li> <li>- Harmoni Mutuelle</li> <li>- La Mutuelle Générale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AGIR La Mondiale</li> <li>- Malacoff Mérédic</li> <li>- Humanis</li> <li>- Klésia</li> <li>- Groupe APICIL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AllSecur</li> <li>- Amaguiz.com</li> <li>- Direct Assurance</li> <li>- Idmacif.fr</li> <li>- Eurofil</li> <li>- L'Olivier Assurances</li> </ul>
Poids sur le marché	287 sociétés d'Assurances en 2017 (code des assurances) vs. 357 en 2010 <b>89,3% CA France</b>			444 Mutuelles en 2017 vs. 719 en 2010 <b>2,9% CA France</b>	37 Instituts en 2017 vs. 53 en 2010 <b>7,3% CA France</b>	5 institutions en 2017 <b>0,5% CA France</b>



De son côté, La Banque Postale Assurances IARD s'engage à respecter les valeurs du Groupe La Poste et de sa Maison Mère, La Banque Postale, pour permettre une cohérence éthique et sociétale, tout en optimisant l'accompagnement des postiers collaborateurs de l'entreprise, et de ses clients. Ces valeurs sont les suivantes :

## - Transparence

Dans un premier temps, Le Groupe s'engage à proposer une offre claire et simple, compréhensible du plus grand nombre de ses clients. Son enjeu majeur est de garantir une relation de confiance, fondée sur un conseil adapté, et ce, dans une optique de pédagogie vis-à-vis de ses clients.

Pour ses collaborateurs, la communication interne efficace qui inclut le partage de connaissances et d'informations, est la base de la réussite.

## - Responsabilité

En termes de la responsabilité, Le Groupe s'engage à offrir l'accès à la meilleure couverture possible aux tarifs les plus justes à ses clients, ainsi qu'à respecter les conditions générales de vente.

En ce qui concerne les collaborateurs, il s'agit de fournir au personnel les moyens nécessaires à la réalisation de ses missions et de construire une politique RH équitable.

## - Professionnalisme

La valeur professionnalisme se traduit à travers le service clients efficace et l'enjeu d'innovation pour mieux répondre aux attentes des clients.

En outre, l'accompagnement des collaborateurs dans l'acquisition et le développement des connaissances nécessaires à la réalisation de leur métier, permet au Groupe d'appuyer son professionnalisme. Par ailleurs, le Groupe s'engage à exercer son métier de manière exemplaire, en veillant à la bonne qualité des relations, ainsi qu'au respect du règlement intérieur et des règles de déontologie.

## - Solidarité

Enfin, Le Groupe favorise et valorise l'entraide, la coopération, l'esprit d'équipe et le partage de bonnes pratiques entre les collaborateurs.

Il propose également un accompagnement des clients dans les moments difficiles pour leur apporter la tranquillité d'esprit.

Ainsi, l'ensemble des collaborateurs de la filiale s'engage à respecter les codes de conduite du Groupe dans chacune de leurs actions. La Banque Postale Assurances IARD devant respecter les règles du secteur bancaire, la priorité est également accordée à la protection des données à caractère personnel des clients dont elle dispose, grâce aux technologies actuelles et aux politiques de sécurité, régulièrement mises à jour.

Le règlement intérieur vient d'ailleurs d'être mis à jour.

# Le marketing opérationnel : le métier qui tend à être légifère



Dès mon deuxième entretien d'embauche, j'ai appris l'existence du pôle Conformité, avec lequel je suis amenée à travailler quotidiennement.

Lors de l'élaboration des campagnes marketing Grand Public, tous les supports sont soumis à validation par le pôle Conformité, qui se charge entre autres de vérifier le respect des contenus par rapport aux Conditions Générales des produits commercialisés.

Tout d'abord, nous devons nous assurer que les caractéristiques des produits correspondent à celles décrites dans les Conditions Générales de Vente. De plus, nous sommes dans l'obligation de faire apparaître des renvois de bas de page liés à des produits que nous promovons. Nous devons également vérifier que le vocabulaire utilisé soit conforme au métier même d'assureur. Par ailleurs, la protection des données clients étant le futur enjeu des banques de demain, la profession s'en trouve contrainte dans la mise en place de certaines opérations. A titre d'exemple, l'utilisation des liens « cliquables » vers le site Internet de La Banque Postale, le compte client ou des sites externes, est proscrite pour des raisons de phishing. Il est toutefois possible d'utiliser les liens « cliquables » vers certains sites, lorsque ces derniers disposent de moyens importants pour garantir le contenu de leurs pages, comme YouTube.

Le pôle Conformité vérifie également les conditions d'utilisation des visuels. Le Marketing Opérationnel doit vérifier annuellement les droits sur chacun des visuels utilisés et le cas échéant, les renouveler.

Une fois les maquettes réalisées, nous les soumettons au pôle Conformité pour la relecture et la validation définitive.

En plus de la charte métier, nous devons prendre en compte la charte graphique, élaborée par le Groupe. Elle comporte les règles d'utilisation du logo et des codes couleurs.

Un autre enjeu de notre métier est de retranscrire les valeurs de citoyenneté de La Banque Postale, à travers nos supports et le discours clients. La Banque Postale s'inscrit dans une démarche responsable depuis sa création. Un rapport d'activité et de responsabilité sociétale est établi chaque année. Depuis plus de quatre ans au service du secteur public local, des bailleurs sociaux et des acteurs de l'économie sociale, La Banque Postale finance l'économie réelle au plus près des besoins de ses clients. Par ailleurs, une charte éco-responsable est imposée par Le Groupe, et comporte notamment des pictogrammes pour l'envoi des courriers.



Bien que mon contrat et mes activités soient associées à la filiale La Banque Postale Assurances IARD, le service Marketing Opérationnel est également en charge des opérations marketing des 2 filiales La Banque Postale Prévoyance et La Banque Postale Assurance Santé.

Auparavant, ces 3 filiales co-existaient de manière indépendante. Chacune avait sa propre culture d'entreprise et méthodes de travail. Le déménagement afin de réunir les services « similaires » de chaque filiale a eu lieu en novembre 2016. Toutefois, en attendant le regroupement sur un seul et même site, la « Maison de l'Assurance » se trouve sur 4 sites différents, 2 à Paris et 1 à Nantes et à Poitiers.

Dans le détail, la Direction Offres et Distribution, anciennement Direction Marketing, occupe de nouveaux bureaux au rez-de-chaussée du bâtiment situé rue de la Fédération. Les différents pôles de la Direction disposent désormais séparés de leur propre open space. La Direction Offres et Distribution est ainsi composé des pôles suivants (cf. L'organisation interne) :

- Offres
- Marketing Opérationnel et Pilotage, dont je fais partie
- Innovation et Partenariats
- Vente à Distance
- Pros et relations DEDT (Direction des Entreprises et du Développement des Territoires)

Afin d'accueillir les collaborateurs dans de bonnes conditions, le service des Moyens Généraux a déployé des moyens conséquents : nouveaux meubles, réagencement des locaux, décoration moderne, distributeurs de boissons gratuites, création d'une salle Innovation (Lab'Bulles), etc. De même, pour une cohésion de groupe, à l'occasion des fêtes de Noël, un sapin a été placé dans le patio.

Cela a ainsi permis de contribuer à apaiser les appréhensions des collaborateurs vis-à-vis de cette réorganisation. La création du pôle Innovation et Partenariats a également permis d'animer les différents services de la Maison de l'Assurance, en proposant un environnement de travail innovant, notamment en permettant aux collaborateurs de travailler sur des projets de leur choix. Une solution stratégique qui s'avérera incontournable en interne et pour l'environnement concurrentiel de l'entreprise. solutions à des problématiques internes. C'est également un moment de partage et d'échange entre les collaborateurs des différents services.



Ces événements ont lieu dans l'espace Innovation nommé «Lab'bulles», situé au rez-de-chaussée. La salle est dédiée à tous les événements organisés par le pôle Innovation mais également aux cocktails et conférences de la Maison de l'Assurance.

Lors de sa création, un jeu-concours a été mis en place par le pôle Communication Interne afin de déterminer le nom de la salle. Il s'agit d'une solution participative qui reprend les codes de fonctionnement du service.



«Retour vers l'Assurance»

En parallèle, le pôle Innovation et Partenariats est en charge d'organiser un challenge de co-création appelé «Retour vers l'Assurance» (un clin d'œil à la célèbre trilogie cinématographique). L'objectif de celui-ci est de faire participer l'ensemble des collaborateurs à la mise en œuvre de projets innovants de leur choix (partenariats, offres ou services, solutions de communication, etc.) au sein de La Maison de l'Assurance. Sa première édition a eu lieu cette année entre les mois de mars et mai.

Comment cela fonctionne-t-il ?

Un salarié ayant un projet le publie sur le site dédié au challenge. Le projet sera accepté pour le challenge lorsqu'il y aura au minimum deux participants. Pour trouver des collaborateurs, il faudra alors préciser sur le site le nombre de personnes et les compétences recherchées, afin de mener à bien le projet.

Un salarié peut rejoindre un des projets existants en soumettant sa candidature en ligne. Il peut alors choisir parmi les thématiques proposées : objets connectés, collaboratif, nouvelles technologies, etc.

Le challenge comporte une étape de pré-sélection. Une fois les projets soumis, les équipes formées ont environ un mois pour préparer leur dossier de candidature. Durant cette période, elles seront accompagnées par le pôle Innovation et Partenariats qui proposera des séances de coaching. Les dossiers complets sont ensuite soumis au Directoire de la Maison de l'Assurance. Enfin, les équipes sélectionnées par le Directoire sont invitées à la finale du challenge pour présenter leurs projets. Elles doivent préparer un pitch de trois minutes et un moodboard pour appuyer leur présentation.



Cette année, la finale s'est déroulée à l'Atelier du France, espace événementiel situé en bord de Seine, au port de Grenelle. Tout d'abord, il y a eu la prise de parole du Directoire, accompagnée d'un cocktail de bienvenue, puis chacune des équipes a présenté son projet. À la fin de la présentation, le Directoire est venu voir les représentants de chacune des équipes, afin de mieux comprendre les différents aspects des projets et leurs objectifs. Trois projets ont été sélectionnés, dont un élu « coup de cœur du public », et qui devront être livrés dans les 12 prochains mois. Après la remise de prix, les équipes qui n'ont pas gagné ont pu discuter avec le jury pour mieux comprendre les résultats finaux. L'événement s'est terminé par un buffet et la remise de « tote-bags » aux participants, leur rappelant la toute première aventure « Retour vers l'Assurance » avec des souvenirs et cadeaux (photos, goodies, etc.).

J'ai eu la chance de participer à cette expérience enrichissante et de faire partie d'une équipe qualifiée en finale pour présenter notre projet devant la Direction de La Banque Postale Assurances.

Je souhaiterais ici souligner les différents points forts liés à cet événement.

Premièrement, le choix de faire participer tous les collaborateurs de La Maison de l'Assurance, quel que soit leur lieu de travail (Nantes, Paris et Poitiers), a été très apprécié par toutes les équipes. Ce fut une occasion pour nous tous de travailler avec des personnes d'autres services avec qui nous n'avons pas l'habitude de travailler. Nous pouvions former des équipes mixtes avec des personnes de Nantes et de Paris, apprendre leurs méthodes de travail et mieux connaître leurs périmètres.

Cette expérience a permis aux collaborateurs de se sentir valorisés et à l'entreprise de renforcer la motivation des salariés et leur sentiment d'appartenance à l'entreprise.

Le fait d'avoir participé à ce challenge a développé ma capacité d'adaptation : trouver le juste milieu entre les tâches quotidiennes et ces projets qui doivent être effectués sur notre temps personnel, gérer les informations entrantes et livrables et travailler avec des personnes que je ne côtoie pas dans le cadre de mon activité habituelle.

### «Rencontre des assurances»

Suite à la réorganisation interne, la Direction de La Maison de l'Assurance a décidé d'organiser le premier séminaire regroupant toutes ses filiales. Près de 600 personnes ont été invitées à cet événement qui s'est déroulé à Nantes. Les transports et le logement ont été pris en charge par l'entreprise. Après nous être enregistrés à l'hôtel, nous avons assisté à une conférence organisée par le Directoire. L'objectif de cette rencontre était d'annoncer les résultats de l'année en cours et différents changements liés à la réorganisation. Nous avons ensuite profité de la soirée avec un cocktail dînatoire animé par des magiciens, des professionnels en graffiti et des photographes. Une soirée dansante a conclu l'événement.



## Initiatives des collaborateurs

En plus des projets collectifs dans le cadre du pôle Innovation et Partenariats et des événements mis en place par la Direction, les collaborateurs de la filiale sont invités à proposer d'autres activités.

C'est le cas du COTOP (Comité Transverse Opérationnel) qui a pour but d'informer les différents pôles sur les activités en cours et à venir de la Direction Offres et Distribution. Mis en place par une de mes collègues du pôle Analyse et Reporting, il est ouvert à tous les opérationnels non managers, à raison d'une fois par mois.

En outre, des initiatives à caractères sportif et événementiel ont été mises en place par les collaborateurs. Par exemple, avec l'arrivée des beaux jours, le service Offres s'est lancé dans l'organisation d'une course en bord de Seine tous les vendredis.

Une autre activité sportive, cette fois-ci moins physique, a été proposée ce printemps : un concours de pétanque.

En plus des événements ponctuels, il existe un certain nombre de traditions au sein de l'entreprise : l'achat de viennoiseries le jour de son anniversaire, les déjeuners d'équipe, etc. De plus, depuis la création de l'espace « Lab'bulles », on s'y retrouve parfois pour changer des salles de réunion dites « classiques ». Certains événements, comme par exemple les pots de départ, y ont également lieu.



Enfin, les collaborateurs ont la possibilité d'assister à des conférences externes liées au métier. Pour ma part, j'ai eu la chance d'aller à une conférence sur le thème de la fidélisation des clients organisée par Soft Computing, spécialiste en digital, marketing et big data. J'ai également accompagné ma tutrice à un colloque qui a eu lieu au sein du Groupe La Poste au sujet de l'environnement.

MON ANNÉE PROFESSIONNELLE  
APPRENTIE EN MARKETING OPÉRATIONNEL  
*La Banque Postale Assurances IARD*





Depuis sa création en 2010, LBPAI s'est essentiellement concentrée sur les actions de conquête de nouveaux clients.

Suite à l'entrée en vigueur de la loi Hamon, LBPAI a mis en place le projet « Rétention et Fidélisation IARD », afin de diminuer le nombre de résiliations de contrats tout en optimisant la satisfaction des clients.

En effet, la nécessité de disposer d'un portefeuille de clients conséquent pour maîtriser le risque assurantiel et dégager de la marge est un enjeu majeur dans le secteur des assurances.

Désormais, tout en continuant les efforts de conquête, une place de choix est donnée aux actions de fidélisation des clients : Guillaume de Lussac, Directeur Général de LBPAI, a exprimé sa volonté de prioriser les actions de fidélisation sur les actions de conquête de nouveaux clients.

Afin de suivre les avancées des chantiers issus du projet, un COPROJ (comité projet) a lieu toutes les deux semaines.

L'équipe du projet, qui s'y réunit, est constituée des représentants des Directions suivantes :

- Direction Offres et Distribution,
- Direction Technique,
- Direction des Systèmes d'Information
- Direction Finances, Risque et Conformité,
- Direction de la Relation Clients,
- Direction Accompagnement Conseil et Transformation, Moyens Généraux et Communication Interne

Plusieurs chantiers ont été déterminés dans le cadre du projet avec comme objectif de compléter le parcours clients avec des actions relationnelles.

En premier lieu, une importance a été allouée aux indicateurs de satisfaction et de qualité de service délivré avec une volonté de revoir les process en fonction des résultats ou des remontées clients.

Dans le même temps, des actions d'identification des clients à fidéliser et d'analyse du portefeuille clients ont également été organisées.

Enfin, des actions de marketing relationnel ciblées, identifiées comme prioritaires à court et moyen termes grâce aux deux premiers chantiers, sont réalisées en fil rouge dans le cadre du projet.



Dans le cadre de mon contrat de professionnalisation, j'occupe le poste d'apprentie en marketing opérationnel auprès de La Direction Offres et Distribution (DOD). Tous les sujets liés aux actions de communication et de marketing IARD qui s'adressent à nos clients incombent à mon service.

Dès ma première semaine à LBPAI, j'ai apporté ma contribution au projet, sur un chantier qui comprend le développement d'une newsletter intitulée « Lettre Infos & Conseils », qui s'adresse à tous les assurés de LBPAI. Ce nouveau support relationnel trimestriel est disponible en version e-mail depuis juin 2016.

Lors de ma première mission, qui a débuté en septembre 2016, on m'a confié le choix du thème pour la Lettre Infos & Conseils de décembre (cf. Annexes), et l'occasion de présenter mon travail auprès du Responsable du service Marketing Opérationnel, le responsable de ma tutrice, Benoît Aubagnac, m'a été donnée.

Au départ, je ne disposais d'aucun élément stratégique de LBPAI. Ma tutrice souhaitait que je fasse mes propres propositions, sans être influencée par la stratégie et les sujets internes. Pour ce faire, j'ai d'abord été amenée à analyser l'environnement de LBPAI, les tendances du secteur de l'assurance et les attentes des consommateurs à travers une étude documentaire via des sites spécialisés (Xerfi, L'Argus de l'assurance).

Puis, j'ai réalisé un benchmarck via les sites des concurrents et leur communication antérieure.

Après avoir établi une analyse du marché, j'ai élaboré une recommandation stratégique qui comprenait un diagnostic, une problématique et un choix de sujets quant au contenu de ce nouveau support. Cette recommandation a été élaborée en prenant en compte de nouvelles tendances du secteur, la saisonnalité, et de nouveaux usages des consommateurs dans l'assurance.

Après avoir eu le feu vert de la part de ma tutrice et du responsable du service, je me suis occupée de la rédaction du contenu et de l'élaboration de premières maquettes au format Word.

La philosophie de la Lettre comprend l'illustration de produits et de services de LBPAI, à travers la mise en scène de situations de la vie quotidienne, de manière pédagogique et relationnelle. Elle est composée d'un article principal, de chiffres clés, de conseils et d'un bloc multimédia en lien avec le thème de la Lettre.

Une fois le contenu approuvé, il est soumis à la relecture et à la validation définitive du pôle Conformité.

En parallèle, j'ai élaboré un brief créatif en reprenant les éléments graphiques de la précédente Lettre et de la charte de LBPAI.

A la réception du retour positif de la Conformité, j'ai transmis le brief à notre prestataire Une(S), agence de communication qui a travaillé notamment sur la conception du support. Son rôle est la réalisation de la maquette finale, la recherche et/ou la création des éléments graphiques (pictogrammes, bloc multimédia), ainsi que l'intégration HTML.



Après l'étude du brief par l'agence, j'ai réceptionné le devis que j'ai transmis à mon N+2 pour signature, après avoir vérifié que le devis correspondait au budget imparti par ma tutrice. Le devis signé, un planning d'étapes de validations est défini. J'ai d'ailleurs été chargée de veiller au respect de celui-ci.

En attendant la maquette finalisée, j'ai dû contacter le prestataire BIMA, qui s'occupe de l'envoi de la Lettre par email, pour lui transmettre les fichiers clients.

Afin de répondre à ce besoin, il a fallu que je sollicite ma collègue Florence Hennequin, du pôle Analyse et Reporting, pour la livraison du fichier clients.

A la réception du fichier, mon rôle a été de vérifier la composition du document, le nombre de clients, ainsi que d'analyser la syntaxe des adresses e-mails. Une fois la vérification réalisée, les fichiers protégés par mot de passe et la maquette au format intégré sont transmis au prestataire. BIMA nous fournit le devis puis réalise des tests d'envoi.

Un mois après l'envoi de la Lettre, BIMA récupère les KPI grâce à son outil d'envoi d'e-mailing Copernica (taux d'ouverture, taux de clics, etc.). J'ai par la suite procédé à une analyse de ces KPI.

Par ailleurs, au lancement du projet, nous avons effectué un envoi en deux temps, dans le but de déterminer le moment de la semaine pendant lequel nos assurés étaient le plus réceptifs. L'analyse des KPI nous a permis de suivre le comportement des clients et de fixer la date et l'heure d'envoi. Grâce à mon analyse, désormais, la Lettre est envoyée aux clients chaque dernier mardi du mois à 13h30. Un taux d'ouverture d'environ 40% est enregistré chaque mois.

Cette première expérience a été très enrichissante, de par les responsabilités qui m'ont été confiées. Différente en termes de process de celles dans des petites entreprises dans lesquelles j'avais eu l'habitude de travailler, j'ai pu découvrir les diverses interactions dans mon pôle et avec les autres services. De plus, son fonctionnement en mode start-up, dû à sa récente création, a facilité mon intégration au sein de la Direction.



Au bout d'un certain temps, j'ai été identifiée au sein du projet Rétention & Fidélisation en tant que chargée du chantier Lettre Infos et Conseils. Au mois de janvier 2017, j'ai présenté le bilan de statistiques globales de la Lettre lors d'un Comité Projet, en mettant en avant les bons résultats ainsi que certaines difficultés que l'on avait pu rencontrer lors de la réalisation de celle-ci.

A titre d'exemple, l'utilisation des liens « cliquables » vers le site Internet de La Banque Postale, le compte client ou des sites externes est proscrite à LBPAI pour des raisons de phishing. En partant de ceci, l'analyse de la campagne a souligné la performance insuffisante en termes de taux de clics. La question de l'insertion des supports multimédia n'a pas été résolue jusqu'à présent, alors que les statistiques démontrent que les formats vidéo sont privilégiés par les consommateurs. Afin d'y répondre, j'ai été amenée à proposer des solutions alternatives.

Le choix de la création d'une bande dessinée (cf. Annexes) dédiée à la Lettre a été retenu, ce support ayant pour objectif d'illustrer le thème de l'article principal à travers la mise en scènes de situations de la vie quotidienne.

Pour la Lettre de mars, j'ai été responsable de briefier l'agence Une(S) au sujet de la création de ce nouveau support multimédia. Après lui avoir transmis le brief complet, nous avons convenu d'un rendez-vous, durant lequel elle nous a soumis une proposition créative.

Les premières propositions faites ne correspondaient pas à nos besoins en termes de créativité. Suite à cette rencontre, j'ai programmé un atelier de co-création que j'ai animé, dans le but d'ajuster les propositions faites par l'agence. J'ai notamment réalisé des ébauches de personnages à la main.

Pour le moment, le sous-chantier a été mis en stand-by, car le sujet est trans-filiales. Le projet a tout de même de bonnes chances d'être déployé d'ici la fin de l'année.

A travers ce projet, j'ai pu développer des connaissances de techniques de fabrication, à travers, par exemple, la rédaction de scénarii pour la bande dessinée, ainsi que l'adaptabilité, notamment face aux changements imprévus.

Depuis le début de mon contrat de professionnalisation, la Lettre a évolué. Les versions de mars et de septembre 2017 intègrent ces évolutions.

Des infographies Habitation et Auto ont également été développées pour enrichir la Lettre, afin d'expliquer aux assurés (ou tout simplement leur rappeler) les garanties proposées par leur contrat. Ainsi, via des éléments dynamiques et graphiques, les clients pourront retenir en un coup d'œil ce pour quoi ils sont assurés, et apprendre l'essentiel sur leur contrat d'assurance.

Du fait de mon implication dans d'autres projets, le sous-chantier a été confié à une autre personne de l'équipe, toujours en collaboration avec l'agence Une(S). Le projet étant géré par ma tutrice, j'ai pu néanmoins assister à des réunions dédiées et participé à la relecture des supports réalisés, ce qui m'a permis d'avoir une vision d'ensemble du projet Fidélisation et Rétention.



Aujourd'hui, le contact avec les clients par e-mail est privilégié au sein du Groupe. Cependant, une partie des assurés ne fournit pas d'adresse e-mail lors de la souscription de contrats. A titre d'exemple, l'avis d'échéance est envoyé en version email et print en fonction des coordonnées à notre disposition. Si le client a fourni uniquement l'adresse postale, l'avis d'échéance est le seul moyen de contact avec ce dernier, en plus de son numéro de téléphone.

Désormais, nous souhaitons personnaliser le contenu de la Lettre en fonction de plusieurs cibles prioritaires, afin de répondre au mieux aux objectifs de fidélisation. Pour commencer, à partir du mois de septembre 2017, ses deux versions au format e-mail seront créées.

Par la suite, nous souhaitons l'insérer dans le pli d'avis d'échéance en version papier, afin de pouvoir toucher l'ensemble des clients de LBPAI. Pour répondre à ce besoin, des actions de modification de la chaîne éditique sont actuellement menées avec notre prestataire Docapost.

Dans le cadre de ce travail de personnalisation de la Lettre, je suis en charge du suivi du chantier avec l'imprimeur. Afin de mener à bien cette tâche, une expression de besoin et un cahier des charges ont été rédigés.

En premier lieu, l'objectif est de définir plusieurs cibles, dans le but de personnaliser la « Lettre Infos & Conseils », et ainsi d'adresser un contenu éditorial différent en fonction du profil de l'assuré. Les cibles définies seront appliquées aux versions email et papier de la « Lettre Infos & Conseils ». L'assuré recevra sa lettre Infos et Conseils en même temps que son avis d'échéance par courrier. La version email restera décarrelée de l'avis d'échéance et continuera à être envoyée les derniers mardis du mois. Quand à l'aspect technique, il faut procéder à des tests d'impressions car

Au départ, j'appréhendais un manque de connaissances techniques liées au procédé informatique. Avec le temps, et grâce aux échanges avec différents interlocuteurs, j'ai pu monter en compétences.



La carte verte, est un document remis ou transmis lors de la souscription du contrat et après chaque échéance, servant d'attestation d'assurance.

Aujourd'hui il existe deux versions de la carte verte : temporaire et définitive. Suite à la souscription d'un contrat d'Assurance Auto, l'assuré reçoit une carte verte temporaire, accompagnée d'une note de couverture rappelant les pièces justificatives à fournir afin de valider la souscription. Une fois les pièces reçues, LBPAI adresse aux clients la carte verte définitive. Il s'agit d'un document imprimé sur une demi page d'une feuille A4.

Le sous-chantier, mené toujours dans le cadre du projet Rétention et Fidélisation, consiste à personnaliser la partie non-remplie de la page, dans le but de s'en servir comme support relationnel.

Pour ce projet, j'ai été chargé de réaliser 2 versions de cartes vertes, temporaire et définitive : pour les Postiers et Non Postiers. A cette occasion, j'ai collaboré avec le pôle Offre et la MOA (équipe informatique). De nombreux échanges en dehors du COPROJ ont été organisés, durant lesquels j'ai su retranscrire les besoins de la part de mon équipe DOD.

# Automatisation du Courrier Bonus Franchise/E-mailing Garantie Revente



Dans le cadre du projet Rétention et Fidélisation, la généralisation de l'envoi du courrier de Bonus Franchise Auto est effective depuis le mois de juin 2017.

Ce courrier bimensuel est destiné à informer les assurés de LBPAI qu'ils bénéficient du Bonus de Franchise sur leur Assurance Auto, avantage qui les exonère du paiement de la franchise dommages en cas de sinistre garanti.

Afin de pouvoir mettre en place rapidement cette action, nous gérons manuellement l'envoi du Courrier Bonus Franchise. Nous souhaitons à terme automatiser ce dernier, de la création du fichier de ciblage à l'envoi du fichier au prestataire, y compris son historisation.

De plus, le Bonus Franchise s'applique également dans le cadre d'un contrat d'Assurance Habitation. A l'inverse de l'Assurance Auto, ce bonus ne sera disponible qu'à partir de février 2018 compte tenu de sa nouveauté. Toutefois, son automatisation pourrait être réalisée en même temps que celle de l'Assurance Auto.

Dans le même temps, une réactualisation de l'expression de besoins a été demandée. Afin de réaliser cela, j'ai été amenée à créer de nouvelles maquettes du Courrier, en permettant de le personnaliser en fonction des contrats détenus à LBPAI et du profil client (Postier ou Non Postier). Le devis soumis par l'agence Une(S) alloué aux actions de recherche de visuels était trop élevé, j'ai donc réalisé des maquettes grâce à InDesign. Cela nous a alors permis de gagner du temps et de gérer le projet de A à Z, tout en prenant en compte nos besoins.

Au total, six versions ont été réalisées :

- versions Postiers Habitation, Auto, Habitation et Auto (pour les détenteurs des deux contrats n'ayant pas déclaré de sinistres durant les 3 dernières années),
- versions Non-Postiers (client habituel) Habitation, Auto, Habitation et Auto.

J'ai également mis à jour le Courrier Bonus Auto tout en respectant la nouvelle charte fournie par LBPAI (cf. Annexes), en l'uniformisant avec les cinq autres courriers.

En attendant l'automatisation du Courrier Bonus Franchise, je suis en charge de l'envoi de fichiers clients au prestataire PubAdresse, de la réception des devis et de la validation des

À partir de la rentrée, la Garantie Revente Immobilière sera intégrée dans les contrats d'Assurance Habitation. Elle s'adresse aux propriétaires occupants du logement assuré en résidence principale ou secondaire et qui détiennent un Crédit Immobilier auprès de LBP. La Garantie prend en charge la perte financière liée à la moins-value réalisée en cas de revente précipitée du bien de l'assuré, suite à un événement imprévu ou à un « accident de la vie ».

Une campagne d'e-mailing annuelle sera réalisée pour informer les clients concernés de l'existence de cette Garantie. Pour la mise en place de celle-ci, j'ai réalisé une maquette (cf. Annexes) via Indesign en reprenant la charte graphique du Courrier Bonus Franchise.

À ce jour, la campagne a été mise en stand-by par le Pôle Offre. Pour ma part j'ai déjà fourni une première ébauche à notre prestataire BIMA pour la réalisation de tests.

## Un site dédié à la plateforme de commande de goodies



Afin de créer une relation privilégiée avec les collaborateurs du Groupe La Poste, le projet intitulé « Agence de Postiers » a été mis en place. Il permet de créer des services personnalisés en fonction des exigences des Postiers.

La création d'une plateforme de commande de goodies dédiée a été planifiée. Le but de cette dernière étant de proposer des goodies aux clients Postiers, lors de la souscription du premier contrat d'Assurances des Biens.

J'ai été amené à participer à l'élaboration du cahier des charges à destination de Manitoba, prestataire choisi pour la création du site Internet.

Après avoir défini le périmètre du projet, nous avons réceptionné un mockup (cf. Annexes), prototype d'interface utilisateur, pour soumettre nos propositions en matière d'éléments, d'options et d'actions, que nous souhaitions faire apparaître.

Ce fut la première expérience dans le cadre de mon contrat à LBPAI qui nécessitait d'avoir de bonnes connaissances techniques.

Lors de cette mission, j'ai pu acquérir de nouvelles compétences dans la gestion et l'analyse de goodies, ainsi que dans la conception d'un site internet ayant un parcours d'achat web.

Le projet n'a pas abouti pour les mêmes raisons que la bande dessinée, liées aux causes externes au niveau opérationnel.



Le métier de marketing opérationnel de LBPAI comprend la réalisation de discours clients, à la fois destinés à l'usage des conseillers des bureaux de Poste et directement aux clients.

J'ai contribué à la rédaction de ces derniers de manière ponctuelle.

Dès mon arrivée au sein de LBPAI, un nouveau serveur vocal a été mis en place. J'ai été amenée à revoir son arborescence en proposant de nouveaux types de messages, afin de faciliter son fonctionnement, diminuer l'attente des clients ou le rendre plus agréable.

Après la validation des propositions, je me suis rendue au studio d'enregistrement. J'ai alors pu veiller au bon déroulement de l'enregistrement, rencontrer les collaborateurs travaillant sur ce projet et découvrir un nouveau métier. J'ai également participé à la rédaction de discours destinés à l'usage des conseillers, pour une campagne d'appels sortants dédiée aux clients Postiers. Le but était d'informer les clients sur les promotions du moment, de leur rappeler leurs avantages et leur proposer de nouveaux produits.

Enfin, durant la période de Grand Froid, une campagne d'alerte SMS et EML a été lancée dans le but d'indiquer quelques précautions à prendre. Lors de celle-ci j'ai pu faire remarquer ma capacité à être réactive.



À la fin de mon année d'apprentissage, j'ai contribué à des actions d'animation commerciale, menées en collaboration avec le pôle communication de La Banque Postale, dans le cadre de campagnes média.

## Comment cela fonctionne-t-il ?

LBP organise sa période de communication en 3 temps. À l'intérieur de ces trois périodes clés (de janvier à avril, de mai à août, de septembre à décembre), il y a deux mois de Temps Commerciaux (un produit majeur), suivis d'un mois de RDV des secteurs (quatre gammes de produits sélectionnés par des priorités locales).

Des campagnes de communication autour de ces produits sont organisées afin d'atteindre les objectifs commerciaux.

Si LBPAI est concernée, les briefs doivent être réalisés en fonction des supports retenus. Ils sont transmis à La Banque Postale, qui veille à la cohérence des supports de tous ses produits. Une fois les premières ébauches réalisées, elles sont transmises à La DOD de LBPAI. La DOD doit retourner les maquettes à La Banque avec les commentaires en prenant compte des retours du Pôle Offres et de la Conformité. La réalisation d'un support peut faire l'objet de plusieurs aller-retours entre La Banque Postale et LBPAI.

Dans le cadre du TCO3 2017 qui aura lieu du 4 septembre au 14 octobre, cinq semaines sont attribuées aux produits de l'Assurance de Biens. Des actions en marketing direct, de l'affichage et de la PLV sont prévues par LBPAI.

Parmi les supports retenus, un dépliant au format chéquier destiné à des Postiers (cf. Annexes) a été réalisé. J'ai participé à sa création en soumettant mes propositions en termes de wording et d'éléments graphiques.

Enfin, j'ai réalisé un document comprenant les offres promotionnelles que LBPAI souhaite mettre en avant lors des « RDV des Secteurs », et la stratégie de communication. Afin de retranscrire le besoin en matière de communication, j'ai intégré les éléments ci-dessous :

- Contexte
- Objectifs
- Offres promotionnelles
- Campagnes (cibles, objectifs, produits associés, dates, volumétrie souhaitée)
- Plans de communication média et hors média (support, dates, produits, cibles)

Pour proposer des actions pertinentes, j'ai collaboré avec mes collègues des pôles Digital et Analyse & Connaissance Client.

Ce fut ma première expérience dans la communication destinée au grand public.

Celle-ci s'est avérée très enrichissante et a demandé beaucoup de rigueur et de réactivité dans sa réalisation, de manière à respecter la qualité de support et les délais imposés par LBP.

De plus, la participation à ces campagnes m'a permis d'apprendre sur le fonctionnement de l'animation commerciale au sein de LBPAI.

## INTERVIEWS



Afin d'apporter un éclairage extérieur sur mes motivations et mon parcours professionnel, j'ai souhaité interviewer deux personnes qui m'ont inspiré et fait progresser dans des domaines qu'ils m'ont fait découvrir et apprécier.

# Mélodie Vo, Chargée de Marketing Opérationnel à LBPAI



## *Peux-tu décrire en quelques mots ton parcours avant de devenir chargée de projet en marketing opérationnel à LBPAI ?*

Mon poste d'avant, c'était le poste de chargée de campagnes dans le Groupe La Banque Postale. Je connaissais déjà une partie du marketing opérationnel, parce que j'ai fait des études en marketing, dont un stage de fin d'études de marketing opérationnel à La Société Générale.

Je connais assez bien les problématiques purement communication et clients. Le fait de pouvoir et de devoir sortir des bases de données, parce que quand on est chargée de campagnes on est dans les bases de données, déjà rien que ça... J'étais bien contente de trouver le poste qui correspondait à ça.

Ensuite le marketing opérationnel, ça a déjà été ma sensibilité. J'aimais bien écrire, regarder des clients et des brochures, exécuter, courir un peu partout. Mon parcours est strictement marketing, jusqu'ici j'ai fait de la gestion.

## *As-tu eu de l'expérience dans le domaine associatif ?*

Mon premier stage je l'ai fait au Secours Populaire dans le cadre de mes études en DUT GEA. J'avais mis en place l'événement qui perdure aujourd'hui, c'était un marché aux fleurs, qui a bien fonctionné et est organisé chaque année. En plus je faisais tous les dossiers de partenariat du Secours Populaire.

Mon oncle a créé une association des Vietnamiens Libres de Clermont-Ferrand. Chaque année je contribuais en association, je faisais des représentations de danse traditionnelle, des défilés, j'aidais à organiser des événements.

## *Pourquoi avoir choisi ce poste au sein de LBPAI ?*

Pour conserver la diversité d'activités et d'interlocuteurs, comme dans mon ancien poste. J'aime bien courir partout. Également, car je connaissais déjà Benoît, mon actuel manager.

## *Pourquoi as-tu retenu ta candidature plutôt qu'une autre pour le poste d'apprenti en marketing opérationnel ?*

A l'origine je cherchais plutôt une personne qui était en Mastère, mais finalement ton profil a attiré mon attention. J'ai principalement retenu ta candidature pour ton profil atypique et expérimenté. Je ne voulais pas travailler avec quelqu'un qui n'avait quasiment pas d'expérience. En même temps quand tu as passé l'entretien tu as su parfaitement expliquer ton parcours. Tu étais claire et tu savais exactement ce que tu voulais et c'est ce qu'on veut nous aujourd'hui en tant que professionnels, accompagner une personne qui sait ce qu'elle veut, c'est comme ça qu'on peut lui offrir aussi ce dont elle a besoin pour progresser.

J'ai estimé que tes sensibilités pourraient apporter une autre dimension dans nos supports marketing. Cela n'a pas empêché que ton parcours suit une logique indéniable, que tu as su parfaitement expliquer. De plus, ton côté pratique et organisé me confortait dans notre bonne entente professionnelle.



***Comment as-tu vécu cette première expérience en tant que tuteur d'un étudiant en contrat de professionnalisation ? Que cela t'a-t-il apporté ?***

Trois mois avant ton embauche, je n'avais pas jusqu'ici éprouvé le besoin de manager une personne. L'été 2016, sans prévoir, j'ai eu l'occasion d'accompagner Coumba, notre stagiaire de l'époque. L'activité était très dense et j'avais besoin d'aide. A l'issue de cette période, j'ai su que je souhaiterais accompagner une personne sur du plus long terme, afin de développer mes compétences de management.

Cette première expérience a été assez intense pour moi. J'ai vu ma manière de travailler évoluer car je n'étais plus uniquement dans l'opérationnel pur. Accompagner une personne requiert d'être disponible, ce que je savais plus ou moins bien faire, mais également de déléguer et faire confiance, ce que je savais moins faire, étant seule sur mon périmètre. Grâce à toi, les conditions ont été agréables parce que nous avons la même approche du travail bien fait. Le challenge a alors été de manager une personne qui a déjà une expérience professionnelle et qui a une personnalité différente de la mienne. De mon point de vue, l'entente a été très bonne et j'ai pu t'apporter des astuces et des techniques lorsque c'était nécessaire. Bref, c'est donc une réussite pour moi.

***Selon toi, ai-je pu accomplir les objectifs d'insertion dans une grande entreprise que je me suis fixés en début d'année ? Et toi en tant que tuteur ?***

Dès le premier jour, j'ai senti que tu t'intégrerai bien à l'équipe et plus largement dans la Direction Offres et Distribution. Pour le travail en tant que tel, c'est toujours très cadré et bien alimenté. J'ai bien ressenti ton envie d'aller encore plus loin. Tes prises d'initiative sont également bien dosées. J'ai vraiment apprécié être ton maître d'apprentissage car l'apport a été mutuel.

***Quels progrès de ma part as-tu pu constater depuis le début de ma période d' et quel bilan peux-tu en tirer ?***

Au fil du temps, tu as appris à mesurer tes propos : les propositions sont désormais plus réfléchies face aux enjeux et contraintes de la filiale et les échanges avec les différents services et pôles sont plus fluides. Les contenus sont également plus approfondis et plus pertinents car tu as appris à adopter le point de vue de nos clients. Le bilan est donc très positif.

***Quelles qualités et compétences sont essentielles pour toi pour devenir chef de projet en marketing opérationnel ? Dans quels domaines dois-je encore progresser dans les années d'apprentissage qui suivent ?***

La rigueur et les qualités relationnelles sont requises pour ce type de poste. Il faut aussi aimer être dans l'action et savoir gérer les (fréquents) imprévus pour pouvoir faire ce métier. Le reste vient avec l'expérience.

S'il y a un point que je devrais pointer pour te faire progresser, ce serait la gestion du timing. Ta rigueur est telle que tu as besoin d'approfondir tous les sujets pour proposer du contenu. Ce qui ne permet pas toujours de respecter les délais qui t'ont été fixés. Cela peut être dommageable dans le métier du marketing opérationnel. Aujourd'hui tu as appris à savoir où est l'essentiel plus rapidement, ce qui te permet de gérer le timing.

# Nathanael Molle, entrepreneur social, co-fondateur de Singa



*Tu as un parcours riche en expériences personnelles et professionnelles. 30 ans, issu d'une famille franco-brésilienne, tu as beaucoup voyagé, fondé ton entreprise dans le domaine de l'ESS, es devenu père d'une famille et es apparu dans Forbes. Quelles sont les expériences qui t'ont le plus marquées ?*

Il y a plusieurs expériences qui m'ont marquées et qui ont fait que je me suis dirigé dans cette direction. Mais je pense que c'est aussi lié à mon éducation... J'ai des parents très engagés socialement et donc ça a joué, parce que tu grandis un peu en ayant conscience de ton rôle dans la société, et surtout en comprenant l'importance de rendre à la société tout ce qu'elle te donne. Le fait que le travail de mon père m'ait fait voyagé et m'ait permis de m'engager dans un tas de projets et pendant ces voyages là, il y a eu pas mal d'expériences assez incroyables. La première ça a dû être quand j'avais 14 ans, j'ai passé plusieurs semaines dans un camp de réfugiés. La première fois que j'ai pu voir de mes propres yeux l'injustice. C'était un des premiers moments marquants. Et puis nous sommes partis au Sri Lanka en 2001, nous sommes arrivés en plein milieu d'une guerre civile, c'était un moment aussi assez intense, je me suis rendu compte de ce que cela pouvait être un pays en guerre. Puis en 2004 il y a eu un tsunami, un moment révélateur pour moi, parce que je me suis rendu compte du travail incroyable que pouvait faire des ONG, mais j'ai aussi vu qu'il manquait un certain nombre de choses et que le travail des ONG n'a souvent pas été très efficace. Avec des programmes qui étaient prévus de Paris ou d'autres villes, cela ne correspondait pas du tout aux besoins mais à l'argent qui avait été donné. Ca a été assez choquant pour moi. Je me suis dit qu'il y avait un moyen de faire quelque chose.

Quand j'étais au Sri Lanka, j'ai co-créé une association: « Prison babies », le but étant de permettre la construction d'écoles dans les prisons pour femmes, car au Sri Lanka, les femmes emmènent leurs enfants avec elles en prison. C'est à ce moment là que je me suis dit que je créerais un jour ma propre association. Je me suis rendu compte qu'on pouvait changer les choses même à 13 ans, donc c'était assez intéressant.

La dernière, mon expérience d'assistant juridique des réfugiés au Maroc, qui m'a permis de me rendre compte d'un besoin et qu'il fallait avoir une approche complémentaire sur l'accueil des réfugiés.

*Qu'est-ce qui a guidé ton choix de travailler dans l'ESS après avoir fait des études à ILERI, (Institut d'Etude des Relations Internationales) ?*

Je suis tombé dedans par hasard, au début je voulais juste créer une association, et ce n'était pas du tout dans l'état d'esprit de l'ESS, et en fait on a découvert l'ESS par hasard. En tout cas moi je voulais avoir un projet qui ait du sens. Mon plus grand cauchemar c'était de me réveiller à 40 ans en ayant un boulot qui ne me correspondait pas, et puis de paniquer et d'aller garder des moutons à la campagne.

*Peux-tu décrire ton activité en seulement 3 mots ?*

Intense, passionnante, impactante.



### *Que ressens-tu vis-à-vis de ton travail, qu'est-ce qui te motive à te lever tous les jours ?*

La recherche de la formule magique... Essayer de trouver la solution qui va faire changer le système. Ce n'est jamais simple, il n'y a pas une organisation qui peut tout changer. Il y a des associations à créer, il y a des points de pressions sur lesquels il va falloir agir. Et d'arriver à trouver la recette magique qui va réellement nous permettre de changer les choses. Et surtout d'avoir les moyens, c'est ça qui me passionne, c'est presque comme un jeu.

Une solution à notre question des nouveaux arrivants. Comment est-ce que je peux créer un système d'accueil en France qui soit efficace, humain, et permettant à la France d'en bénéficier au maximum. Comment est-ce que tu arrives à répondre à cette question-là, de manière plus innovante et plus intéressante que tout ce qui a été fait, parce que si ce qui a été fait jusqu'à présent marchait, ça se saurait.

Aujourd'hui je travaille sur la question de l'accès à la formation pour les nouveaux arrivants.

### *Quelles sont les personnes qui t'inspirent et pourquoi ?*

Il y a un entrepreneur indien, qui a appris à lire à un milliard de personnes, enfin presque un milliard, plusieurs centaines de millions de personnes. Son objectif c'est un milliard, et en l'occurrence il va y arriver dans pas longtemps. Son idée est toute simple, il a sous-titré les chansons Bollywood. Il y a des millions des personnes qui ne savaient pas lire, ni écrire et qui en regardant la télé ont appris à lire et à écrire. Ce que j'adore dans cette histoire, c'est la simplicité d'une idée révolutionnaire.

### *Quelles sont les qualités et/ou les compétences les plus recherchées dans le secteur l'ESS ?*

Dans l'ESS on recherche des personnes qui ont le sens de l'ESS et le sens de l'initiative, et qui vont être capable de s'adapter pour faire au mieux le travail, évoluer dans leur stratégie et aller au bout de la réflexion pour ça.

### *Selon toi, quel est le rôle de la communication et du marketing dans l'ESS ?*

Ca doit être 50% du travail. Et aujourd'hui c'est très difficile d'expliquer à des investisseurs qu'il faut investir 50% du budget dans la communication. Et la raison pour laquelle cela devrait être le cas, c'est qu'aujourd'hui une grande partie des problèmes que l'on rencontre dans le monde, sont liés à un manque d'éducation, un manque de connaissance et de vision de ce qui peut être fait et de ce qui est fait. C'est souvent ce que je dis, mais aujourd'hui si par exemple on veut améliorer l'accueil des réfugiés, il ne s'agit pas seulement de mettre en place des programmes, il faut communiquer de manière très large et importante sur pourquoi est-ce qu'accueillir les réfugiés, c'est un atout pour la société. Du coup, ce sera une paire. Je pense qu'aujourd'hui il y a un vrai problème. Parce qu'on ne va pas donner à des structures associatives les moyens de réellement communiquer et de faire du marketing, ce qui a un impact pour vraiment aller jusqu'au bout de leurs projets.

# CONCLUSION

# Conclusion

Grâce à mon expérience professionnelle au sein de LBPAI, j'ai pu développer mes compétences liées à la gestion de projet et mettre en œuvre l'enseignement reçu, en étant notamment force de proposition sur les sujets liés au marketing et à la communication.

Le stage à l'association Singa et le contrat de professionnalisation m'ont apporté des éléments essentiels pour devenir chef de projet en communication. Aujourd'hui, je me sens capable de porter un projet de A à Z. En outre, je connais désormais les points sur lesquels je peux encore progresser, comme l'esprit de synthèse.

Je suis persuadée que ces deux expériences complémentaires, mes qualités relationnelles et mon profil international seront de véritables atouts pour évoluer vers mon futur métier. Je souhaiterais travailler plus tard dans une entreprise du domaine de l'innovation sociale, avec une présence internationale.

Par ailleurs, après cette année riche en expériences, j'ai pris la décision de poursuivre mes études à l'ESP en Mastère 1: Innovation, Communication, Marketing & Digital.

Les 30% de cours en anglais et la poursuite d'études en contrat de professionnalisation sont de réels avantages du programme proposé. D'autres aspects de la formation tels que l'innovation dans la communication, sa dimension digitale, l'expérience consommateur et l'interculturalité, sont une base de réussite dans le secteur de l'innovation sociale.

Je suis convaincue que le M1 INNOCOM pourra m'apporter de nouvelles compétences méthodologiques en communication, que je saurai appliquer dans un cadre professionnel.

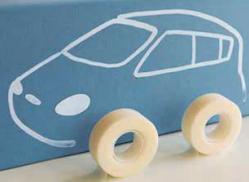
Enfin, d'ici un an, je souhaiterais m'inscrire à un Mastère Management et Entrepreneuriat pour compléter ma formation et pouvoir faire du conseil en communication.

En ce qui concerne ma situation professionnelle pour l'année scolaire 2017-2018, La Banque Postale Assurances IARD m'a proposé de prolonger mon contrat de professionnalisation au même poste. Avant de prendre cette décision importante, j'ai longtemps réfléchi et ai réalisé que celui-ci ne pourrait qu'être bénéfique pour mon futur métier. En effet, à partir de la rentrée, je travaillerai sur des plans d'actions commerciales en collaborant avec le Groupe, ce qui me permettra de monter en compétences liées à la communication. Ce serait la dernière étape pour pouvoir décrocher un poste de Chef de projet.

# ANNEXES

# Dépliant Assurance Automobile

## ASSURANCE AUTO



C'est le moment de choisir une Assurance Auto qui colle vraiment à votre voiture.



BANQUE ET CITOYENNE



Il y a des voitures neuves et celles qui ont déjà quelques kilomètres au compteur... Des voitures familiales et des petites citadines...

Il y a des conducteurs expérimentés et des jeunes conducteurs... Et ceux qui adoptent de nouveaux comportements comme le covoiturage.

Tous les véhicules ne sont pas identiques, et tous les conducteurs n'ont pas les mêmes besoins.

C'est pourquoi, à La Banque Postale, nous vous proposons une Assurance Auto<sup>(1)</sup> avec des garanties essentielles et des options, au prix le plus juste, pour couvrir 3 univers de besoins : votre véhicule, la protection des personnes et vos services d'assistance.

Pour découvrir l'Assurance Auto qui correspond à vos besoins, faites le point avec votre conseiller.

L'Assurance Auto<sup>(1)</sup> proposée par La Banque Postale.

En fonction de votre situation et de vos besoins, une offre adaptée :

### 3 FORMULES AU CHOIX

#### FORMULE TIERS

Pour vous assurer au minimum.

#### FORMULE TIERS + DOMMAGES

Pour vous protéger contre les dommages les plus courants.

#### FORMULE TOUS RISQUES

Pour rouler l'esprit plus tranquille.



### DES OPTIONS

Pour compléter votre protection en fonction de la formule choisie.



## DES GARANTIES ESSENTIELLES EN CAS DE SINISTRE

Quelle que soit la formule choisie, vous bénéficiez de garanties essentielles<sup>(1)</sup>.

### ASSISTANCE 24H/24 ET 7J/7

- Assistance même en cas de perte de clés ou d'erreur de carburant.
- Assistance en cas de panne : dépannage et remorquage du véhicule, mais aussi organisation et prise en charge du rapatriement ou encore de la poursuite du voyage.
- Prêt d'un véhicule de remplacement jusqu'à 7 jours en cas de panne, jusqu'à 14 jours en cas d'accident et jusqu'à 30 jours en cas de vol.

### RÉPARATIONS GARANTIES À VIE<sup>(2)</sup>

- Les réparations de votre véhicule effectuées par le réseau de garages agréés sont garanties à vie.

### PAS D'AVANCE DE FRAIS

- Aucune avance de frais pour les réparations de votre véhicule effectuées par le réseau de garages agréés.

### NIVEAU DE FRANCHISE

- Vous avez le choix parmi 3 niveaux de franchise Dommages. Ainsi, vous maîtrisez votre budget !



## UNE INDEMNISATION EN CAS D'ACCIDENT CORPOREL

- Quelle que soit la formule choisie, vous pouvez être indemnisé jusqu'à 500 000 €.

## DES SERVICES CONÇUS POUR LES JEUNES CONDUCTEURS<sup>(3)</sup>

- Avec la "Solution taxi", nous mettons à votre disposition un taxi pour rentrer chez vous notamment lorsque vous estimez ne pas être en état de reprendre le volant.

## POUR ACCOMPAGNER LES NOUVEAUX COMPORTEMENTS ÉCO-RESPONSABLES

- Lors d'un sinistre garanti en cas de covoiturage, les prestations d'assistance sont étendues à tous les passagers du véhicule (par exemple : le rapatriement médical ou encore l'hébergement temporaire). De même, vous êtes pris en charge lorsque vous êtes covoituré.

### LES + AVEC LA BANQUE POSTALE

- Des services d'assistance renforcés en cas de maladie, hébergement temporaire ou encore poursuite du voyage en train ou en taxi.
- Nous vous remboursons votre GPS, votre autoradio ou encore vos bagages s'ils sont volés dans votre véhicule.
- Si l'achat du véhicule assuré a été financé avec un Prêt personnel Auto souscrit auprès de La Banque Postale, vous bénéficiez de la prise en charge d'une mensualité du prêt<sup>(4)</sup>.

## DES OPTIONS POUR ADAPTER VOTRE ASSURANCE À VOS BESOINS

### VALEUR D'ACHAT ET VALEUR MAJORÉE<sup>(5)</sup>

Des options vous permettant d'être remboursé à la valeur d'achat de votre véhicule pendant 3 ou 5 ans, ou de majorer la valeur déterminée par l'expert, en cas de sinistre garanti, pour être mieux remboursé.

Et vous êtes assuré d'un minimum d'indemnisation de 1 500 €<sup>(1)</sup>.

- Option « Garantie de la valeur d'achat jusqu'à 3 ans du véhicule puis valeur à dire d'expert majorée jusqu'à ses 10 ans », disponible avec la **formule Tous Risques**.
- Option « Garantie de la valeur d'achat jusqu'à 5 ans du véhicule puis valeur à dire d'expert majorée jusqu'à ses 10 ans », disponible avec la **formule Tous Risques**.
- Option « Garantie de la valeur à dire d'expert majorée de la 5<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup> année du véhicule », disponible avec les **formules Tiers + Dommages et Tous Risques**.

### GARANTIE RÉTROVISEURS ET OPTIQUES ARRIÈRE<sup>(6)</sup>

Cette option vous indemnise notamment en cas de vol de vos feux arrière ou encore si vos rétroviseurs extérieurs sont vandalisés.

- Option disponible avec les **formules Tiers + Dommages et Tous Risques**.

### ASSISTANCE PLUS<sup>(7)</sup>

Cette option vous permet de bénéficier d'une assistance « Premium » comportant entre autres une aide à la rédaction du constat, une localisation de votre véhicule en cas d'enlèvement par la fourrière et un transport en taxi vers cette dernière, ou encore un stage de récupération de points.

- Option disponible avec **toutes les formules**.

### ☑ GARANTIE PANNES MÉCANIQUES, ÉLECTRIQUES ET ÉLECTRONIQUES DU VÉHICULE<sup>(1)</sup>

Avec cette option, les éléments électriques et électroniques sont couverts en cas de panne : il s'agit par exemple, des moteurs de lève-vitres, de toit ouvrant, des mécanismes de fermeture centralisée ou encore du GPS.

• Option disponible avec la **formule Tous Risques**.

### ☑ PROTECTION CORPORELLE PLUS DU CONDUCTEUR<sup>(1)</sup>

En cas d'accident corporel, vous pouvez doubler le montant de l'indemnisation (jusqu'à 1 million d'euros).

• Option disponible avec **toutes les formules**.



## LES GARANTIES ET OPTIONS PROPOSÉES

Vos garanties	Tiers	Tiers + Dommages	Tous Risques
<b>La protection de votre véhicule</b>			
Bris de glace		inclus	inclus
Vol et tentative de vol		inclus	inclus
Incendie et explosion		inclus	inclus
Attentats, actes de terrorisme, émeutes et mouvements populaires		inclus	inclus
Événements climatiques		inclus	inclus
Catastrophes naturelles		inclus	inclus
Catastrophes technologiques		inclus	inclus
Dommages tous accidents au véhicule assuré			inclus
Objets et animaux transportés			en option
Pannes mécaniques, électriques et électroniques du véhicule			en option
Garantie de la valeur d'achat jusqu'à 3 ans du véhicule puis valeur à dire d'expert majorée jusqu'à ses 10 ans			en option
Garantie de la valeur d'achat jusqu'à 5 ans du véhicule puis valeur à dire d'expert majorée jusqu'à ses 10 ans			en option
Garantie de la valeur à dire d'expert majorée de la 5 <sup>e</sup> à la 10 <sup>e</sup> année du véhicule		en option	en option
Rétroviseurs et optiques arrière		en option	en option
<b>La protection des personnes</b>			
Responsabilité civile	inclus	inclus	inclus
Sauvegarde des droits	inclus	inclus	inclus
Protection corporelle du conducteur	inclus	inclus	inclus
Protection corporelle PLUS du conducteur	en option	en option	en option
<b>Vos services</b>			
Assistance aux personnes et au véhicule assuré	inclus	inclus	inclus
Assistance jeune conducteur	inclus	inclus	inclus
Assistance PLUS	en option	en option	en option
Rachat de la franchise assistance en cas de panne		en option	inclus

## DES AVANTAGES TARIFAIRES EN FONCTION DE VOTRE SITUATION

### Avantage MULTI-DÉTENTION AUTO

**1 AVANTAGE**  
tarifaire

sur la prime de chaque nouveau contrat d'Assurance Auto souscrit, à partir du deuxième véhicule, valable durant toute la vie du contrat<sup>(1)</sup>.

### Avantage PAIEMENT ANNUEL

Bénéficiez de l'équivalent de

**1 MOIS**  
de réduction

chaque année sur la prime annuelle de votre contrat d'Assurance Auto si vous payez votre prime en une seule fois.

### Avantage ENFANTS D'ASSURÉS

**1 AVANTAGE**  
tarifaire

pour les conducteurs novices<sup>(4)</sup> âgés de moins de 30 ans, dont les parents possèdent un contrat d'Assurance Auto ou Habitation en cours de validité à La Banque Postale Assurances IARD.

### Forfait PETIT ROULEUR

**1 RÉDUCTION**  
sur la prime annuelle

de votre contrat d'Assurance Auto si vous roulez moins de 5 000 km par an<sup>(5)</sup>.

### Jeunes CONDUCTEURS

**1 AVANTAGE**  
tarifaire

pour les jeunes conducteurs ayant fait la conduite accompagnée<sup>(6)</sup>.

### Véhicules ÉLECTRIQUES ET HYBRIDES

Bénéficiez de l'équivalent de

**1 MOIS**  
de réduction

chaque année sur la prime annuelle de votre contrat d'Assurance Auto<sup>(10)</sup>.

### BONUS FRANCHISE

Après 3 ans sans sinistre, nous vous dispensons du paiement de la franchise dommage quand survient votre premier sinistre garanti<sup>(10)</sup>.

### POUR VOUS RENSEIGNER, FAIRE UN DEVIS OU SOUSCRIRE :

#### Contactez-nous

- Au **3639** Service 0,14 € min par appel
- En bureau de poste
- Sur [labanquepostale.fr](http://labanquepostale.fr)

Suivez-nous également sur [f](#) [t](#) [i](#) [g](#)



BANQUE ET CITOYENNE

(1) Dans les limites et conditions prévues aux Conditions Générales et Particulières de votre contrat d'Assurance Auto. (2) Valable uniquement pour les malloçons dans les réparations (pièces et main-d'œuvre) effectuées par le réseau de garages partenaires de La Banque Postale Assurances IARD suite à un accident garanti. (3) Personnes, conducteurs principaux, âgés de moins de 30 ans et titulaires du permis de conduire depuis moins de 3 ans ou possédant moins de 3 ans d'assurance en continu. (4) Garantie applicable uniquement en cas de vol, de destruction totale du véhicule ou si le véhicule est déclaré économiquement irréparable, et dans le cadre d'un sinistre garanti. Sous réserve d'avoir souscrit le Prêt personnel Auto auprès de La Banque Postale Financement. Dans la double limite d'une seule mensualité (assurance comprise) et d'un montant maximum de 500 €. Le prêt doit être en cours de remboursement au moment du sinistre. (5) Avantage valable sur chaque nouveau contrat d'Assurance Auto souscrit à partir du 2<sup>e</sup> véhicule du foyer (hors enfants) assuré chez La Banque Postale Assurances IARD pendant toute la durée de vie du contrat. (6) Conducteur novice : tout conducteur ayant moins de 3 ans de permis ou moins de 3 ans d'assurance. (7) Avantage valable pour tout souscripteur âgé de moins de 30 ans, déclaré en tant que conducteur principal sur son contrat d'Assurance Auto, titulaire d'un permis de conduire de moins de 4 ans, ayant fait de la conduite accompagnée, possédant un CRM à 1 ou 0,95 et n'ayant pas eu de sinistre. (8) 1 mois de réduction sur votre prime d'Assurance Auto pour les véhicules verts pendant toute la durée de vie du contrat pour toute nouvelle souscription d'un contrat d'Assurance Auto pour les véhicules verts. Cet avantage peut être cumulé avec les autres offres promotionnelles en cours proposées par La Banque Postale et par La Banque Postale Assurances IARD. (9) Sont considérés comme véhicules verts uniquement les véhicules hybrides et/ou électriques couverts par votre contrat d'Assurance Auto. (10) Ce bonus de franchise s'applique hors franchise(s) réglementaire(s), hors franchise pour la garantie Bris de glaces et hors franchise(s) additionnelle(s) éventuelle(s).

LA BANQUE POSTALE FINANCEMENT - S.A. à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 2 200 000 €. Siège social : CS 40014, 1 avenue François Mitterrand 93212 La Plaine Saint-Denis CEDEX. 487 779 035 RCS Bobigny. Intermédiaire d'assurance immatriculé à l'ORIAS sous le n° 09 051 330. La Banque Postale Financement est une filiale de La Banque Postale. LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD - S.A. au capital de 52 140 000 €. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. 403 253 652 RCS Paris.



Avec Ecofolio, tous les papiers se recyclent.

La Banque Postale Assurances IARD délègue la gestion des prestations d'assistance à MUTUALITÉ ASSISTANCE - S.A. au capital de 9 590 040 €. Siège social : 8-14 avenue des Frères Lumière 94368 Bry-sur-Marne CEDEX. 383 974 086 RCS Créteil. Entreprises régies par le Code des assurances. LA BANQUE POSTALE - S.A. à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 4 046 407 556 €. Siège social : 115 rue de Sévres 75275 Paris CEDEX 06. 421 100 645 RCS Paris. Intermédiaire d'assurance immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 023 424.

Dossier Assurance Auto - 05/2017 - Document non contractuel. Crédits photo: Thinkstock - Metastock - Rof - 633897 - La Comp

# Dépliant Assurance Multirisque Habitation



Chacun son toit.  
Chacun son assurance habitation.

Propriétaires ou locataires, il y a ceux qui sont dans une maison et ceux qui sont dans un appartement. Ceux qui ont un jardin et ceux qui n'en ont pas. Il y a des amateurs de vin, des voyageurs, des sportifs, des musiciens, des parents, des étudiants...

Parce que chaque foyer est unique, chacun possède un « chez soi » qui ne ressemble pas à celui des autres. **Aors pourquoi votre Assurance Habitation devrait-elle être la même que celle de votre voisin ?**

À La Banque Postale, nous vous proposons une Assurance Habitation® « sur mesure » : en plus des garanties incontournables, nous vous préconisons des garanties adaptées à votre profil. Bien conseillé (e), vous souscrivez les garanties que vous choisissez, en fonction de vos priorités et de votre budget.

Vous bénéficiez ainsi d'une protection « sur mesure », au juste prix !

Pour découvrir l'assurance qui correspond au mieux à vos besoins, faites le point avec votre conseiller : vous pourrez discuter ensemble de vos attentes et choisir les garanties que vous souhaitez souscrire. Une fois que le devis proposé vous convient, il ne reste plus qu'à finaliser votre souscription !

## 3 UNIVERS DE GARANTIES POUR COUVRIR VOS BESOINS

### LA PROTECTION DE VOTRE LOGEMENT®

Des garanties en cas d'incendie, de vol, de dégât des eaux... à l'intérieur de votre logement, mais aussi la protection des équipements et installations extérieures, de votre matériel de loisir ou de sport...

### VOTRE PROTECTION ET CELLE DE VOTRE FAMILLE™

Des garanties qui protègent les habitants du logement : la Responsabilité civile, la Protection corporelle en cas de sinistre, l'Assurance scolaire...

### VOS SERVICES®

Des services indispensables, comme l'Assistance en cas d'urgence, mais également une assistance au quotidien.

## ET EN PLUS, PROFITEZ DE NOS AVANTAGES

### LES + AVEC LA BANQUE POSTALE

#### AVANTAGE PAIEMENT ANNUEL

Chaque année, bénéficiez de l'équivalent d'un mois de réduction sur la prime annuelle de votre contrat d'Assurance Habitation si vous payez votre prime en une seule fois.

#### SOUPLESSE ET PERSONNALISATION

Vous avez le choix entre différents niveaux de franchises, des remboursements et les montants des capitaux garantis sont modulables en fonction de vos besoins. Vous avez le choix entre différents niveaux de franchises, et de montants de capitaux mobiliers garantis, pour ajuster votre protection au plus près de vos besoins. Vous pouvez également choisir d'être remboursé(e) en valeur à neuf pour les dommages subis par les biens mobiliers se trouvant à l'intérieur de votre logement®.

#### LE BONUS FRANCHISE

Vous n'avez pas eu de sinistre pendant 3 ans ? Nous vous dispensons du paiement de la franchise quand survient votre premier sinistre garanti.

#### EN CAS DE SINISTRE

Une assistance en cas d'urgence 7j/24 : mise à disposition d'un hébergement temporaire, dépannage serrurerie et gardiennage en cas de vol, recherche de prestataires pour la remise en état de votre domicile, nettoyage du logement suite à un sinistre.

Pas d'avance de frais® : prise en charge de l'intégralité des frais en cas de sinistre, même les frais de logement. Une indemnisation au choix® : vous optez soit pour l'intervention d'un professionnel agréé, soit pour le versement d'une somme afin de couvrir les frais liés à la réparation.

Si votre logement est totalement inhabitable suite à un sinistre garanti : nous prenons en charge le remboursement des mensualités d'emprunt en cours ou de des prêts immobiliers souscrits à La Banque Postale®.

#### UN ESPACE PERSONNEL ASSURANCES DE DOMMAGES POUR GÉRER SES CONTRATS SUR INTERNET

Vous disposez d'un Espace Personnel pour gérer votre contrat. Et en cas de sinistre garanti, vous pouvez y effectuer une pré-déclaration en ligne.

## AVEC VOTRE CONSEILLER, COMPOSEZ L'ASSURANCE HABITATION QUI VOUS CORRESPOND

### LES GARANTIES INCONTOURNABLES®

#### LA PROTECTION DE VOTRE LOGEMENT®

- INCENDIE
- BRIS DE GLACE
- DÉGÂT DES EAUX
- ÉVÉNEMENTS CLIMATIQUES, CATASTROPHES NATURELLES...

#### VOTRE PROTECTION ET CELLE DE VOTRE FAMILLE™

- RESPONSABILITÉ CIVILE VIE PRIVÉE
- RESPONSABILITÉ CIVILE DU BÂTIMENT
- SAUVEGARDE DES DROITS

#### VOS SERVICES®

- ASSISTANCE EN CAS D'URGENCE
- En cas de dégât des eaux par exemple, ou de tout autre sinistre garanti survenant à votre domicile, l'Assistance prend en charge les mesures d'urgence.

### LES GARANTIES COMPLÉMENTAIRES®(1)

De nombreuses autres garanties peuvent vous être recommandées, en fonction de vos besoins.

#### GARANTIE ÉQUIPEMENTS ET INSTALLATIONS EXTERIEURES™

Nous garantissons les dommages matériels directs causés à vos arbres, vos plantations, mais aussi à votre mobilier de jardin.

#### GARANTIE PERTE DE CONTENU DU CONGÉLATEUR/RÉFRIGÉRATEUR™

Nous garantissons la perte du contenu des congélateurs et/ou réfrigérateurs causée par une coupure accidentelle d'électricité supérieure à 12 heures ou par une panne accidentelle du congélateur ou du réfrigérateur.

#### GARANTIE PERTE DE CONTENU DE LA CAFE À VIN™

Nous garantissons les dommages matériels directs causés à l'ensemble des vases, alcools et spiritueux en bouteilles situés dans le logement assuré.

#### GARANTIE ÉQUIPEMENTS DE LOISIR ET DE SPORT™

Nous garantissons les dommages matériels directs causés aux instruments de musique portables, équipements de loisirs et matériels de sport en cas d'accident ou de vol à l'intérieur du logement.

#### PROTECTION CORPORELLE EN CAS DE SINISTRE™

En cas d'accident garanti, si votre taux d'invalidité permanente est supérieur à 10 %, vous bénéficiez d'une indemnité pouvant aller jusqu'à 1 000 000 €.

#### ASSURANCE SCOLAIRE™

Nous garantissons les dommages corporels que votre enfant pourrait subir tout au long de l'année, pendant ses activités scolaires et extra-scolaires (en classe découverte, centre aéré ou en vacances, par exemple).

#### ASSISTANCE AU QUOTIDIEN™

Assistance pour des réparations en cas d'urgence. Aide en relation avec des professionnels du bâtiment et de l'immobilier. Analyse de devis de travaux de décoration, rénovation et entretien.

## VOUS ÊTES ÉTUDIANT ?

Parce que les études sont décisives pour construire son avenir et que les étudiants ont un mode de vie bien à eux, La Banque Postale a prévu des garanties adaptées, réservées uniquement aux étudiants :

#### ASSURANCE DES APPAREILS NOMADES™

Couverture de tous vos appareils nomades garantis de moins de 5 ans contre la casse® et le vol®, partout dans le monde.

#### GARANTIE BUDGET LOISIRS™

Remboursement des cotisations payées pour une ou plusieurs de vos activités de loisirs si un accident vous empêche de pratiquer pendant plus de 30 jours consécutifs.

#### ASSURANCE VOYAGE™

Une assistance sur votre lieu de séjour pour couvrir vos déplacements et une garantie « annulation voyage » en cas d'accident ou de maladie nécessitant votre hospitalisation ou votre maintien à domicile.

#### GARANTIE BUDGET EXAMENS™

Versement d'une indemnité forfaitaire de 3 000 € par sinistre si, suite à un accident, vous devriez recommencer une année d'études.

## ASSURANCE HABITATION

Une Assurance Habitation qui s'adapte à vos besoins et à votre budget.

**LA BANQUE POSTALE**  
BANQUE ET CITOYENNE

POUR OBTENIR PLUS D'INFORMATIONS, FAIRE UN DEVIS OU SOUSCRIRE :

- Contacter-nous
- Au 3639
- En bureau de poste
- Sur [labanquepostale.fr](http://labanquepostale.fr)
- Écrivez-nous également sur [Facebook](https://www.facebook.com/LaBanquePostale), [Instagram](https://www.instagram.com/LaBanquePostale) ou [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/LaBanquePostale)

**LA BANQUE POSTALE ASSURANCES**

111, rue de Valenciennes, 75013 Paris Cedex 13

01 47 00 00 00

**LA BANQUE POSTALE ASSURANCES**

111, rue de Valenciennes, 75013 Paris Cedex 13

01 47 00 00 00

# Livret de participation au challenge de co-création «Retour vers l'Assurance 1»



**Temps fort de co-création**

**AVANT-PROPOS**

Début janvier, nous vous avons challengé avec le premier temps fort de co-création « Retour vers l'Assurance », qui vous proposait d'imaginer les produits et services qui feront l'assurance de demain à La Banque Postale Assurances. Ce livret vous propose une synthèse de l'ensemble des projets qui ont été déposés sur la plateforme par les équipes.

Comme vous le savez, le métier Assurances est un relais de croissance important du Groupe. Pour accompagner et concrétiser son développement, il est nécessaire de le (re)penser ! Et cela n'est possible qu'avec VOTRE soutien. C'est pourquoi, nous vous remercions d'être les pionniers de ce premier temps fort, qui, on l'espère, vous aura apporté autant professionnellement que personnellement. Que ce soit dans le cadre de la gestion d'un projet innovant, de la réflexion pour inventer ensemble l'assurance de demain, au service des clients et des collaborateurs, ou dans la collaboration différente en équipe, pour passer de l'idée au projet.

Chacun de vous a relevé ce défi avec brio. Les membres de jury ont été impressionnés par la qualité des premières versions des dossiers déposés sur la plateforme, autant sur la forme que sur le fond. Les contenus qui sont présentés, font preuve de votre dynamisme et de votre curiosité. Vous ne vous êtes pas contentés de suivre les chemins déjà tracés, vous avez aussi proposé une alternative aux actuels modes de fonctionnement, via de nouveaux services et de nouvelles offres, via des partenariats innovants, ou de nouveaux modèles de collaboration et de formation. Tout cela dans l'objectif d'améliorer le service à nos clients, ou encore la vie quotidienne de notre activité professionnelle.

Dans un monde qui change si vite, cette capacité à s'adapter et à s'approprier les nouvelles technologies et le changement, est un atout précieux pour l'entreprise. C'est ce qui rend dynamique, agile, innovante et lui permet de se différencier dans un monde de plus en plus concurrentiel.

Nous vous laissons découvrir l'ensemble des projets de cette première saison.

Bonne lecture,

Le Pôle Innovation & Partenariats

2

**Guillaume de Lussac**

Directeur du Pôle Assurances / Directeur Général La Banque Postale Assurances IARD

Chères participantes, chers participants,

Le pôle Assurances s'est créé afin de mutualiser l'expertise assurantielle du Groupe et pour mieux accompagner et conseiller nos clients. Dans ce cadre, l'innovation s'est imposée comme une dynamique nécessaire et un lien majeur, structurant pour fédérer l'ensemble des métiers.

Une des premières étapes pour lancer cette dynamique d'innovation fut le lancement du temps fort de co-création ouvert à tous. Nous souhaitons rendre chacun d'entre nous acteur de cette activité. Votre enthousiasme face à ce nouveau défi est un signal fort qui nous confirme votre envie d'innover et de challenger le métier de l'Assurance.

L'engagement de l'ensemble des équipes (les CDA, celles du CNAH, du site de la Chapelle sur Erdre et des 2 sites parisiens), votre capacité à travailler ensemble, à distance et quel que soit votre métier ainsi que votre adhésion à cette nouvelle démarche participative nous démontrent que l'innovation est en marche au sein du pôle Assurances.

Vous avez relevé le défi « haut la main » en nous proposant de nouveaux projets. Je vous en félicite chaleureusement. Vous êtes les pionniers de cette nouvelle méthode de travail, qui j'en suis sûr, inspireront d'autres équipes à vous rejoindre.

Merci à tous pour votre investissement.

**Guillaume de Lussac**

3

**Temps fort de co-création**

**Les étapes clés du temps fort**  
« Inventer l'Assurance de demain »

- KICK-OFF À PARIS ET EN RÉGION**  
9 au 13 janvier 2017
- PHASE D'IDÉATION**  
16 janvier au 17 mars 2017
- ANALYSE DES DOSSIERS PAR LE JURY**  
Lundi 27 mars 2017
- PHASE D'APPROFONDISSEMENT**  
3 avril au 2 mai 2017
- PITCHS ET SÉLECTION DES PROJETS**  
Lundi 15 mai 2017
- MISE EN ŒUVRE DES PROJETS**  
Juin 2017

4

**Temps fort de co-création**

**Les chiffres clés**

- 600** collaborateurs du pôle Assurances
- 160** inscrits sur la plateforme
- 50** participants aux projets
- 30** séances de coaching
- 16** équipes formées

**13** projets postés sur la plateforme

5

**Temps fort de co-création**

**Les membres du jury**

- Guillaume de Lussac**  
Directeur du Pôle Assurance  
Directeur Général La Banque Postale Assurances IARD  
Sponsor du challenge
  - Catherine Kerivel**  
Directrice du Développement Assurances (Personnes Morales)  
Directrice Générale La Banque Postale Santé
  - Michel Andignac**  
Directeur Finances, Risques et Conformité Assurances
  - Tanguy Carré**  
Directeur du Développement Assurances  
Directeur Général La Banque Postale Prévoyance  
Sponsor du challenge
  - Yvana Bour**  
Directrice des Affaires Générales
  - Nathalie Sontot-Marjary**  
Directrice des Ressources Humaines et de la Communication
  - Philippe Pétré**  
Directeur de l'Offre et Distribution Assurances / Sponsor du challenge
  - Diane Colin**  
Responsable du pôle Partenariats & Innovation

6



### Idée Fix

Faciliter les recours aux garages participatifs pour inciter les assurés à entretenir leur véhicule

Un partenariat citoyen avec des garages solidaires, à destination de nos assurés auto, qui souhaitent être plus autonomes avec leur véhicule. Le but est de leur faciliter l'accès à ces garages de nouveau genre, pour les inciter à un comportement vertueux et leur donner les moyens d'entretenir leur véhicule, même en dehors de sinistres.

#### Les membres de l'équipe



Méjodie Vo

Paris (15e)



Ksenia Skorik

Paris (15e)



Raouf Abdoun

Paris (15e)



Alassane Bah

Paris (15e)



Denis Poulain

Paris (15e)

8



#### Le constat

- Entretenir et réparer sa voiture **coûte cher aux ménages**
- Report des RDV au garage, par souci d'économie, provoquant une **usure source d'accident et de coût supplémentaire pour les ménages et par ricochet, pour les assureurs**



#### Les enjeux

- Utiliser le développement des garages participatifs en France (150 garages en activité pour **proposer un partenariat** permettant à nos assurés d'entretenir leur voiture
- **Récompenser la fidélité des clients** tout en les incitant à des comportements vertueux



#### Analyse du marché

- Macif et AG2R (fondations) interviennent en tant que financiers ponctuels
  - Le 'Pack Entretien Auto' MAIF social club: mouvement dont font partie les garages solidaires
- Certains assureurs sont déjà en relation avec ces garages mais le partenariat que nous souhaitons mettre en place n'a pas d'équivalence



#### La cible

- Assurés avec une Assurance Auto (> 3 ans), n'ayant déclaré aucun sinistre
- Assurés détenant une Assurance Auto depuis plus d'1 an
- Assurés avec voiture verte



#### Les objectifs

- **Se démarquer de la concurrence** avec un partenariat citoyen, en phase avec les nouveaux comportements actuels
- **Fidéliser les assurés** en leur proposant une offre nouvelle dans le cadre de leur contrat auto
- **Limiter les coûts d'indemnisation** des sinistres auto

9



**BRAVO À TOUS POUR VOTRE PARTICIPATION**



15 MAI 2017

Retour vers l'Assurance, saison 1

10

### Tanguy Carré & Philippe Pétré

Directeur du Développement Assurances /  
Directeur Général La Banque Postale Prévoyance

Directeur de l'Offre et Distribution  
Assurances / Sponsor du challenge

L'objectif de ce temps fort était de travailler ensemble en mode collaboratif, en laissant à chacun la possibilité d'exprimer sa créativité au sein de l'entreprise. Vous avez su relever ce challenge !

Vous êtes sortis du cadre de réflexion habituel, vous avez su analyser votre environnement et laisser libre court à votre imagination pour nous proposer des projets innovants et je vous en félicite. Je suis heureux d'avoir pu lancer cette première saison avec vous et d'avoir été acteur de cette belle dynamique.

Merci pour votre enthousiasme et votre implication à ré-inventer ensemble l'assurance de demain.

Tanguy Carré

Cette première saison du temps fort de co-création « Retour vers l'Assurance », était pour nous aussi une première. Permettre à chacun d'exprimer sa créativité, d'être acteur de son métier ou encore de travailler sur un sujet différent de son activité était un vrai challenge.

Nous espérons votre adhésion à ce nouveau projet et vous avez répondu présent. Vous vous êtes organisés pour travailler ensemble malgré la distance, vous avez fourni un investissement personnel pour nous présenter de belles initiatives, et pour cela, je tenais sincèrement à vous en remercier. Vous êtes les pionniers de cette nouvelle démarche participative, porteurs d'une dynamique d'innovation au sein du pôle Assurances.

Philippe Pétré

11

# Lettre Infos & Conseils de Décembre 2016



## INFOS & CONSEILS



“ Chers assurés,

Les modes de consommation changent et les offres d'assurances évoluent pour mieux s'adapter à vos besoins. Voici nos infos et conseils pour vous accompagner dans votre quotidien. Bonne lecture ! ”

### LE PARTAGE ET LA LOCATION ENTRE PARTICULIERS, C'EST BIEN PRATIQUE !



Vous accueillez régulièrement vos amis et votre famille chez vous ? Vous appréciez peut-être de partager le trajet en voiture avec un de vos collègues pour vous rendre au travail ? Le partage et la location de biens entre particuliers fonctionnent selon le même principe, qui consiste à favoriser un mode de vie commun.

Aujourd'hui, de nombreux sites Internet permettent la location de courte durée de votre logement sans passer par un intermédiaire.

Soyez rassuré, la plupart des assurances habitation étendent leurs garanties à vos séjours temporaires en villégiature, et ce, dans le monde entier. Alors n'hésitez plus !

En outre, pour vous accompagner durant vos trajets de covoiturage, de plus en plus d'assureurs font bénéficier tous les passagers de votre véhicule des garanties d'assistance. De surcroît, sachez que vous pouvez également profiter de ces garanties quand vous êtes covoituré.



+ de 90%

des assurés interrogés nous recommanderaient à leur entourage<sup>(1)</sup>.

### CONTACTEZ-NOUS



La Banque Postale  
Assurances IARD

TSA 11602  
35516 Cesson-Sévigne CEDEX



Depuis votre Espace Personnel, vous pouvez réaliser vos devis, consulter vos contrats, pré-déclarer un sinistre et obtenir vos attestations d'assurances.



02 28 09 42 00<sup>(2)</sup>



service.clients@labanque-postale-assurances-iar.fr

### LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD

SA au capital de 52 140 000 €. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. 493 253 652 RCS Paris. Entreprise régie par le Code des assurances.

### Covoiturage, quelle couverture ?

La réponse se trouve dans notre saga « Mes Biens Sûrs », sur la chaîne YouTube de La Banque Postale.



### INFO OU INTOX ?

50%

des automobilistes se rendent au travail seuls.

**INTOX** : 93% des automobilistes se rendent au travail seuls<sup>(1)</sup>. Savez-vous que le covoiturage permet de réduire les émissions globales de CO2 de 12% à l'échelle d'un équipement<sup>(2)</sup> ? Et vous serez en bonne compagnie.

6000

intoxications par an à cause du monoxyde de carbone produit par les appareils de chauffage mal réglés<sup>(3)</sup>.

**INFO** : Ce gaz est invisible et indolore et peut être mortel à haute dose. Toute chaudière dont la puissance est comprise entre 4 et 400 kilowatts doit faire l'objet d'un entretien chaque année<sup>(4)</sup>.

30%

de réduction sur la consommation d'électricité se fait grâce à l'utilisation de programme «eco» de votre lave-linge.

**INFO** : Encore mieux, un modèle récent peut vous faire économiser jusqu'à 44% sur votre facture d'électricité par rapport à un appareil ancien<sup>(5)</sup>. Et vous ferez un bon geste pour l'environnement.

### LES BONS REFLEXES D'HIVER

- ✓ Mettez vos radiateurs en mode « hors gel » si vous vous absentez pendant plus de 2 jours.
- ✓ Evitez de faire fonctionner les chauffages d'appoint en continu ; ils sont conçus pour une utilisation brève et par intermittence uniquement.
- ✓ Ne surchauffez pas votre logement. Baisser son chauffage d'1°C = 7% d'économie par an<sup>(6)</sup>.
- ✓ Respectez les distances de sécurité sur la route et adaptez votre vitesse.
- ✓ Mettez vos vaccins à jour pour éviter d'être malade pendant l'hiver.

(1) Baromètre de satisfaction IARD. Etude réalisée par téléphone avec une vague mensuelle. Douze vagues qui couvrent les sinistres de janvier à décembre 2015. Echantillon représentant des clients ayant rencontré un sinistre auto ou habitation. Au total, 1201 clients interrogés, 601 pour un sinistre auto et 600 pour un sinistre habitation.  
(2) Code d'un appareil local émis en fin de lundi au vendredi de 8h30 à 18h et le samedi de 9h à 12h.  
(3) Source : PlanèteSociété.com  
(4) Source : Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie  
(5) Source : Institut national de prévention et d'éducation pour la santé  
(6) Source : Service-public.fr  
(7) Source : Economie-d-energie.coeeka.fr  
(8) Source : Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

### CONTACTEZ-NOUS



La Banque Postale  
Assurances IARD

TSA 11602  
35516 Cesson-Sévigne CEDEX



Depuis votre Espace Personnel, vous pouvez réaliser vos devis, consulter vos contrats, pré-déclarer un sinistre et obtenir vos attestations d'assurances.



02 28 09 42 00<sup>(2)</sup>



service.clients@labanque-postale-assurances-iar.fr

### LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD

SA au capital de 52 140 000 €. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. 493 253 652 RCS Paris. Entreprise régie par le Code des assurances.

# Lettre Infos & Conseils de Mars 2017



## INFOS & CONSEILS

“ Chers assurés,

**Vous ne savez pas exactement dans quels cas vous pouvez faire appel à votre assureur ? Voici quelques infos et conseils pour vous accompagner au quotidien. Bonne lecture ! ”**



### BIEN ACCOMPAGNÉ TOUS LES JOURS !



Entre votre travail et votre vie de famille, il vous arrive souvent de jongler avec le temps. **Bien souvent, les aléas arrivent aux moments les moins attendus...** Vous claquez la porte sans prendre les clés avec vous, votre chaudière tombe en panne sans crier gare, une coupure électrique vous empêche de préparer un repas entre amis ou votre véhicule ne démarre pas. Que faire en cas d'imprévu ?

De plus en plus d'assureurs procurent désormais une assistance pour votre quotidien. **Si vous manquez de temps afin de trouver un prestataire pour vos réparations ou pour comparer des devis, votre assureur peut vous accompagner dans ces démarches, et ce, même en dehors d'un sinistre.**

Et dans le cas d'un sinistre, pour plus de praticité, votre assureur peut bien sûr se charger des réparations grâce à son réseau de partenaires agréés et ainsi vous permettre de bénéficier de tous les avantages qui y sont liés (réparations garanties à vie, pas d'avance de frais...). **Soyez rassuré grâce à ces services d'assistance !**

**Pour encore plus de sérénité, pour vous et votre famille, découvrez l'avantage Bonus Franchise.**

Rendez-vous sur la page de notre saga "Mes Biens Sûrs", sur la chaîne YouTube de La Banque Postale.

# BONUS FRANCHISE



### QUELQUES BONS REFLEXES

- ✓ Dégivrez régulièrement votre réfrigérateur pour son bon fonctionnement.
- ✓ Faites l'entretien annuel de votre chaudière en ce moment. Votre rendez-vous sera plus rapide.
- ✓ Vérifiez l'étanchéité de vos gouttières.
- ✓ Changez les serrures lorsque vous emménagez ou lorsque vous perdez vos clés.
- ✓ Arrosez vos plantes une à deux fois par semaine à l'arrivée des beaux jours.

**INFO OU INTOX**

**5 Litres**

d'eau sont recueillis par les gouttières lors d'une pluie abondante.

**INTOX :** Jusqu'à 10000 litres d'eau peuvent être recueillis par les gouttières lors d'une pluie abondante<sup>(1)</sup>. C'est environ la moitié du contenu d'une piscine. Les gouttières en bon état sont essentielles pour éviter toute infiltration d'eau.

**730€**

c'est le coût moyen de la main d'oeuvre pour l'installation de chaudière gaz à condensation (hors matériel)<sup>(2)</sup>.

**INFO :** Le coût d'installation augmente avec la surface habitable du logement. Par ailleurs, on constate que la main d'oeuvre représente 15% de la facture. Pensez à contacter votre assureur pour faire une comparaison de devis.

**30%**

de surconsommation d'énergie du réfrigérateur peut être liée à l'apparition du givre<sup>(3)</sup>.

**INFO :** Les équipements de froid représentent environ 18% de votre facture annuelle<sup>(4)</sup>. Dès que la couche de givre dépasse 2 à 3 mm, pensez à dégivrer ! En le faisant régulièrement, vous réduisez votre facture et favorisez la bonne conservation de votre nourriture.



**+ de 90%**

des assurés interrogés nous recommanderaient à leur entourage<sup>(5)</sup>.

### CONTACTEZ-NOUS



La Banque Postale Assurances IARD  
TSA 11602  
35516 Cesson-Sevigne CEDEX



Depuis votre Espace Personnel, vous pouvez réaliser vos devis, consulter vos contrats, pré-déclarer un sinistre et obtenir vos attestations d'assurances.



02 28 09 42 00<sup>(6)</sup>



service.clients@labanquepostale-assurances-iard.fr

LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD  
SA au capital de 52 140 000 €. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. 493 253 632 RCS Paris. Entreprise régie par le Code des assurances.

- (1) Source : Lapersonnelle.com
- (2) Source : Quelleenergie.fr
- (3) Source : Agence de l'environnement et de la Maitrise de l'énergie
- (4) Source : Edif.fr
- (5) Baromètre de satisfaction IARD. Etude réalisée par téléphone avec une vague mensuelle. Douze vagues qui couvrent les sinistres de janvier à décembre 2015. Echantillon représentatif des clients ayant rencontré un sinistre auto ou habitation. Au total, 1201 clients interrogés, 601 pour un sinistre auto et 600 pour un sinistre habitation.
- (6) Coût d'un appel local depuis un fixe du lundi au vendredi de 8h30 à 19h et le samedi de 9h à 13h.



# Courrier Bonus Franchise Automobile



**La Banque Postale Assurances IARD**  
TSA 11602  
35516 CESSON-SEVIGNE CEDEX  
Mail : [service.clients@labanquepostale-assurances-iard.fr](mailto:service.clients@labanquepostale-assurances-iard.fr)  
Tél. : 02 28 09 42 00 (coût d'un appel local d'un poste fixe)

Le [DATE\_JOUR],

## BÉNÉFICIEZ DU «BONUS FRANCHISE» !

Pour [QUALIF\_LONG - votre contrat/vos contrats] d'Assurance Auto : [NUM\_CT1], [NUM\_CT2], [NUM\_CT3], [NUM\_CT4], [NUM\_CT5]

### [CIVILITE] (NOM),

Vous êtes fidèle à La Banque Postale Assurances IARD pour [QUALIF\_COURT - votre contrat/vos contrats] d'Assurance Auto depuis plus de trois ans et nous vous en remercions.

Vous faites partie de nos bons conducteurs puisque vous n'avez déclaré aucun sinistre durant ces trois dernières années.

Pour cette raison, nous avons le plaisir de vous faire bénéficier de votre avantage « Bonus Franchise » : après trois années sans sinistre, nous n'appliquons aucune franchise dommage à votre premier sinistre garanti\* déclaré.

### Cet avantage sera :

- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUMERO]\_CT] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE1]
- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUMERO]\_CT2] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE2]
- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUMERO]\_CT3] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE3]
- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUMERO]\_CT4] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE4]
- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUMERO]\_CT5] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGES]

À titre d'exemple, si suite à un premier sinistre garanti déclaré (après trois années sans sinistre) sur votre contrat d'Assurance Auto n°[NUM\_CT1], le coût des réparations est estimé à 1 000 €, nous vous indemniserons sur la base des 1 000 € au lieu de [1 000 € - MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE1]. Grâce à cet avantage, votre franchise, qui est normalement de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE1] ne vous sera pas appliquée.

Nous vous remercions de votre confiance et vous prions d'agréer, [CIVILITE] (NOM), l'expression de notre considération distinguée.

La Banque Postale Assurances IARD

\* Hors franchise(s) réglementaire(s), hors franchise « Bris de glace » et hors franchise supplémentaire éventuelle.

LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD  
Entreprise régie par le Code des assurances - Société Anonyme au capital de 52 140 000€. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. RCS Paris 493 253 652.



**La Banque Postale Assurances IARD**  
TSA 11602  
35516 CESSON-SEVIGNE CEDEX  
Mail : [service.clients@labanquepostale-assurances-iard.fr](mailto:service.clients@labanquepostale-assurances-iard.fr)  
Tél. : 02 28 09 42 00 (coût d'un appel local d'un poste fixe)

Le [DATE\_JOUR],



## BÉNÉFICIEZ DU «BONUS FRANCHISE» !

Pour [votre contrat/vos contrats] d'Assurance Auto : [NUM\_CT1], [NUM\_CT2], [NUM\_CT3], [NUM\_CT4], [NUM\_CT5]

### [CIVILITE] (NOM),

Vous êtes fidèle à La Banque Postale Assurances IARD pour [votre contrat/vos contrats] d'Assurance Auto depuis plus de trois ans et nous vous en remercions.

Vous faites partie de nos bons conducteurs puisque vous n'avez déclaré aucun sinistre durant ces trois dernières années.

Pour cette raison, nous avons le plaisir de vous faire bénéficier de votre avantage « Bonus Franchise » : après trois années sans sinistre, nous n'appliquons aucune franchise dommage\* à votre premier sinistre garanti déclaré.

### Cet avantage sera :

- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUM\_CT1] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE1]
- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUM\_CT2] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE2]
- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUM\_CT3] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE3]
- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUM\_CT4] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE4]
- pour votre contrat d'Assurance Auto n°[NUM\_CT5] de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGES]

À titre d'exemple, si suite à un premier sinistre garanti déclaré (après trois années sans sinistre) sur votre contrat d'Assurance Auto n°[NUM\_CT1], le coût des réparations est estimé à 1 000 €, nous vous indemniserons sur la base des 1 000 € au lieu de [1 000 € - MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE1]. Grâce à cet avantage, votre franchise, qui est normalement de [MTT\_FRANCHISE\_DOMMAGE1] ne vous sera pas appliquée.

Nous vous remercions de votre confiance et vous prions d'agréer, [CIVILITE] (NOM), l'expression de notre considération distinguée.

La Banque Postale Assurances IARD

\* Hors franchise(s) réglementaire(s), hors franchise « Bris de glace » et hors franchise supplémentaire éventuelle.

LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD  
SA au capital de 52 140 000€. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. 493 253 652 RCS Paris. Entreprise régie par le Code des assurances.

# E-mail Garantie Revente Immobilière



## BÉNÉFICIEZ DE LA « GARANTIE REVENTE IMMOBILIÈRE » !

Pour [votre contrat/vos contrats] d'Assurance Habitation : [NUM\_CT1], [NUM\_CT2]

[CIVILITE] [NOM],

Vous détenez un prêt immobilier à La Banque Postale ?

Nous avons le plaisir de vous faire bénéficier de la « Garantie revente immobilière », sans frais supplémentaires. Elle sera incluse dans [votre contrat/vos contrats] d'Assurance Habitation dès votre prochaine échéance annuelle.

Ainsi, nous indemniserons la perte financière liée à la moins-value subie en cas de revente précipitée de votre logement suite à un événement imprévu ou un « accident de la vie »<sup>(1)</sup>.

Pour plus de détails, rendez-vous dans la rubrique Assurance Habitation sur le site web de La Banque Postale.

### SOYEZ ACCOMPAGNÉ DANS VOS DÉMARCHES !

**Vous souhaitez faire réaliser des diagnostics immobiliers lors de la vente de votre bien ? Sachez que nous vous accompagnons dans cette démarche<sup>(2)</sup>.**

**Par ailleurs, en cas d'invalidité permanente totale à la suite d'un accident nous prenons en charge vos frais de déménagement, ainsi que l'intervention de l'architecte ergonomiste<sup>(3)</sup>.**

Nous restons à votre disposition pour toute information complémentaire au 02.28.09.42.00 (coût d'un appel local à partir d'un poste fixe) ou par mail à [service.clients@labanquepostale-assurances-iard.fr](mailto:service.clients@labanquepostale-assurances-iard.fr).

Nous vous remercions de votre confiance et vous prions d'agréer, [CIVILITE] [NOM], l'expression de notre considération distinguée.

**La Banque Postale Assurances IARD**

- (1) Dans les limites et conditions prévues aux Conditions Générales et Particulières de votre contrat d'Assurance Habitation.
- (2) Versement d'une participation au coût du diagnostic immobilier dans la limite de 200€ TTC.
- (3) En cas d'invalidité permanente totale consécutive à un accident dans la limite de 2 000€ TTC.

**LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD**

SA au capital de 52 140 000€. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. 493 253 652 RCS Paris.  
Entreprise régie par le Code des assurances.

# Temps Commercial 3 : Mailing Postiers



**DÉCOUVREZ LES AVANTAGES ET SERVICES QUI VOUS SONT RÉSERVÉS.**

**SPECIAL COLLABORATEURS**

**LA BANQUE POSTALE**  
BANQUE ET CITOYENNE

Parce que nous souhaitons vous faire bénéficier d'avantages et de services dédiés, nous vous proposons des solutions adaptées afin d'alléger votre budget tout en vous simplifiant la vie.

**DÉCOUVREZ NOS 5 OFFRES DU MOMENT À CUMULER À VOS AVANTAGES COLLABORATEUR.**

En regroupant vos assurances et vos crédits à La Banque Postale, vous pourrez ainsi protéger vos biens, vos proches tout en équilibrant la gestion de votre budget.

N'hésitez plus !



**NOUVEAU**

**POUR ÊTRE ENCORE PLUS PRIVILÉGIÉ, CHOISISSEZ**

**MON AGENCE DES AVANTAGES DÉDIÉS**

La banque à distance spécialement créée pour les collaborateurs<sup>(1)</sup> de La Poste et de La Banque Postale.

**ET EN PLUS**

En étant client de Mon Agence, les membres de votre famille peuvent également bénéficier de ce service privilégié.

**LES AVANTAGES :**

- Un point unique de mise en relation pour tous vos besoins : gestion de vos comptes, accompagnement dans vos projets, y compris la gestion de votre patrimoine.
- Une relation privilégiée et prioritaire avec des experts à votre service.
- Une confidentialité de la relation certifiée.

**REJOIGNEZ MON AGENCE**

- Appelez le **09 69 39 10 05** avec votre identifiant et mot de passe de Banque en Ligne (coût d'un appel local depuis un poste fixe).
- Ou demandez à être contacté par l'un de nos conseillers en envoyant un message à **monagence@labanquepostale.fr** en indiquant votre numéro de téléphone et à quel moment vous souhaitez être rappelé.

(1) Être collaborateur de La Poste, fonctionnaire ou salarié(e) en CDI ou CDD, et avoir achevé votre période d'essai ou être salarié(e) en CDI de La Banque Postale et avoir achevé votre période d'essai.

**ASSURANCE HABITATION<sup>(1)</sup>**

**ASSURER VOTRE LOGEMENT SELON VOS BESOINS, C'EST MIEUX NON ?**

Bénéficiez de garanties et services incontournables, et personnalisez votre contrat en fonction de vos priorités et de votre budget.

**ET EN PLUS**

Notre garantie complémentaire **Assistance au Quotidien<sup>(2)</sup>**, pour choisir en toute confiance des professionnels agréés pour vos projets (travaux, mise en location, économies d'énergie...).

**1 MOIS OFFERT<sup>(3)</sup>** sur la prime annuelle d'Assurance Habitation la première année pour toute nouvelle souscription du 04/09 au 14/10/2017 inclus.

**2 MOIS DE RÉDUCTION<sup>(4)</sup>** sur la prime annuelle du contrat d'Assurance Habitation pendant toute la durée de vie du contrat.

**ASSURANCE HABITATION<sup>(1)</sup>**

**N'ATTENDEZ PLUS POUR BÉNÉFICIER DE NOS OFFRES, SOUSCRIVEZ DÈS MAINTENANT.**

**En bureau de poste**

**Au 02 28 09 42 20<sup>(5)</sup>**

**Sur [labanquepostale.fr](http://labanquepostale.fr)**

(1) Dans les limites et conditions prévues aux Conditions Générales de votre contrat d'Assurance Habitation.  
(2) Ces garanties ne sont acquises que si elles sont souscrites et si elles sont mentionnées dans les Conditions Particulières ou le dernier avenant venu les modifier.  
(3) 1 mois offert sur votre prime d'Assurance Habitation (hors garantie Protection Infiltration et Incendie) la première année, pour toute souscription d'un contrat d'Assurance Habitation auprès de La Banque Postale Assurances IARD du 04/09/2017 au 14/10/2017 inclus. Offre valable également pour tout devis d'Assurance Habitation réalisé dans la période du 04/09/2017 au 14/10/2017 inclus et accepté dans la limite de validité de 30 jours.  
(4) Les collaborateurs bénéficient de 2 mois de réduction sur la prime annuelle de leur contrat d'Assurance Habitation pendant toute la durée de vie du contrat. Cet avantage peut être cumulé avec les autres offres promotionnelles en cours de La Banque Postale et de La Banque Postale Assurances IARD. Cet avantage n'est pas disponible sur Internet.  
(5) Coût d'un appel local depuis un poste fixe, du lundi au vendredi de 9h30 à 19h et le samedi de 9h à 13h.

**VOUS DISPOSEZ D'UN PRÊT IMMOBILIER À LA BANQUE POSTALE ?**

À partir de la rentrée, la **GARANTIE REVENTE IMMOBILIÈRE** est intégrée dans notre contrat d'Assurance Habitation.

Si vous êtes propriétaire occupant du logement assuré en résidence principale ou secondaire, nous prenons en charge la perte financière liée à la moins-value réalisée en cas de revente précipitée de votre bien assuré suite à un événement imprévu ou un « accident de la vie »<sup>(1)</sup>.

**DEVEZ-VOUS UN PROPRIÉTAIRE PRIVILÉGIÉ**

Bénéficiez de conditions avantageuses en souscrivant un prêt immobilier à La Banque Postale : un taux préférentiel par rapport au taux public, pas de frais de dossier, pas de pénalité pour un rachat anticipé partiel ou total (hors rachat par la concurrence<sup>(2)</sup> et pour les collaborateurs de La Poste-Maison Mère, une « surbonification » pour certains types de financement.

## ASSURANCE AUTO<sup>(1)</sup>



### ROULER L'ESPRIT PLUS LIBRE, CELA VOUS PARLE ?

Bénéficiez de garanties essentielles et utiles au quotidien.

#### ET EN PLUS

En cas de prêt de votre véhicule à votre entourage, toutes les garanties acquises au contrat s'appliquent\*. Pratique, il n'est pas nécessaire de nous le déclarer !

# 2 MOIS OFFERTS<sup>(2)</sup>

sur la prime annuelle d'Assurance Auto la première année pour toute nouvelle souscription du 04/09 au 14/10/2017 inclus.



# 1 MOIS DE RÉDUCTION<sup>(3)</sup>

sur la prime annuelle du contrat d'Assurance Auto pendant toute la durée de vie du contrat.

\* Hors garantie de la Protection Corporelle PLUS du conducteur.

## ASSURANCE AUTO<sup>(1)</sup>



**N'ATTENDEZ PLUS POUR BÉNÉFICIER DE NOS OFFRES, SOUSCRIVEZ DÈS MAINTENANT.**



En bureau de poste



Au 02 28 09 42 20<sup>(4)</sup>



Sur [labanquepostale.fr](http://labanquepostale.fr)

(1) Dans les limites et conditions prévues aux Conditions Générales et Particulières de votre contrat d'Assurance Auto.

(2) 2 mois offerts sur votre prime d'Assurance Auto la première année, pour toute souscription d'un contrat d'Assurance Auto auprès de La Banque Postale Assurances IARD du 04/09/2017 au 14/10/2017 inclus. Offre valable également pour tout devis d'Assurance Auto réalisé dans la période du 04/09/2017 au 14/10/2017 inclus et accepté dans la limite de validité de 30 jours.

(3) Les collaborateurs bénéficient d'1 mois de réduction sur la prime annuelle de leur contrat d'Assurance Auto pendant toute la durée de vie du contrat. Cet avantage peut être cumulé avec les autres offres promotionnelles en cours de La Banque Postale et de La Banque Postale Assurances IARD. Cet avantage n'est pas disponible sur Internet.

(4) Coût d'un appel local depuis un poste fixe, du lundi au vendredi de 8h30 à 19h et le samedi de 9h à 13h.

## DÉCOUVREZ OU REDÉCOUVREZ TOUS LES AVANTAGES DONT VOUS POUVEZ PROFITER EN TANT QUE CLIENT ET COLLABORATEUR.

Banque au quotidien, crédits, assurances, patrimoine, protection, tarifications spéciales... Pour tout savoir sur ce que nous vous proposons, consultez la brochure « Avantages collaborateurs » sur les intranets de La Banque Postale et du Groupe La Poste.



# Une bande dessinée dédiée à La Lettre Infos & Conseils



Votre assureur a les clés pour gérer vos petits tracas du quotidien.



# Les infographies dédiées à La Lettre Infos & Conseils

## ZOOM SUR L'ASSURANCE AUTO



### LE VÉHICULE

Une prise en charge des bris de glace, vol et tentative de vol, incendie, événements climatiques, etc.

#### Pour une meilleure protection financière ?

*En option, une indemnisation permet d'obtenir le remboursement du prix d'achat du véhicule en cas de destruction totale ou vol.*



### LE CONDUCTEUR ET LES OCCUPANTS

La Responsabilité Civile en cas de dommages causés à un tiers.

Une protection du conducteur en cas d'accidents.



### LES SERVICES

Une assistance en cas de sinistre.

Un réseau de réparateurs partenaires (garages, glacières, loueurs, etc).

#### Pour un meilleur accompagnement ?

*Facultatifs, des services utiles existent comme : remboursement des frais du stage de récupération de points, aide à la rédaction du constat, acheminement en taxi vers la fourrière, etc.*



## ZOOM SUR L'ASSURANCE HABITATION



### LE LOGEMENT

Une prise en charge des dégâts des eaux, incendies, bris de glace et événements climatiques, etc.

#### Pour une protection personnalisée ?

En complément du contrat et en cas de sinistres :

- les appareils électroménagers et audiovisuels (ordinateur, réfrigérateur, console de jeux, etc.) peuvent être remboursés au prix d'achat, sans que vous n'ayez à les déclarer lors de leur acquisition.
- une protection des équipements de loisir et de sport permet également de garantir en dehors du logement les instruments de musique, vélos, matériel de ski, etc.



### LA FAMILLE

La Responsabilité civile Vie Privée en cas de dommages causés à un tiers par une personne du foyer.

#### Pour une protection maximale des enfants ?

Une assurance scolaire les protège dans le cadre de leurs activités scolaires et extra-scolaires.



### LES SERVICES

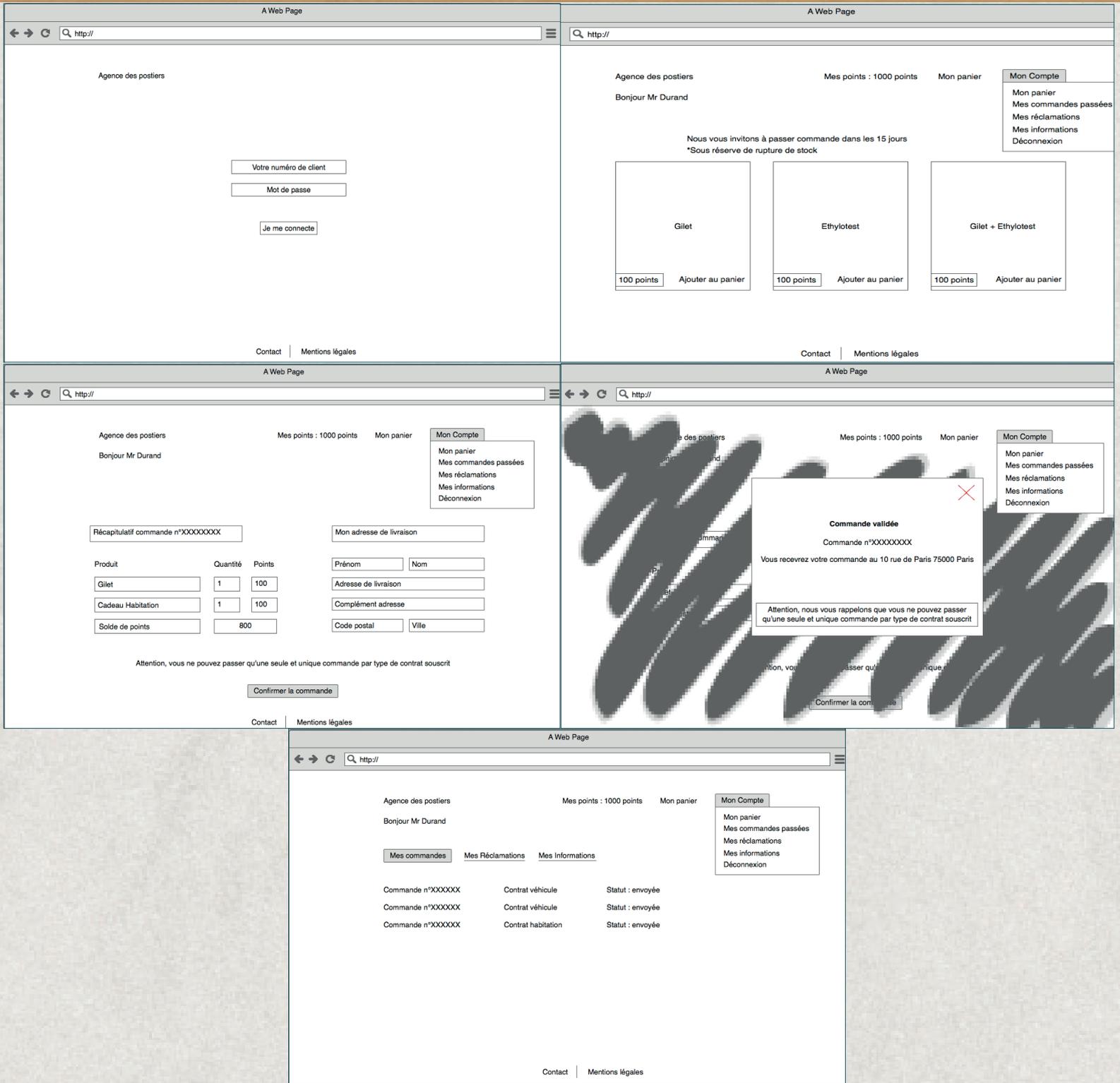
Une assistance en cas d'urgence (aide au relogement, avance des frais de première nécessité) et accès à un réseau de prestataires (serruriers, plombiers, tapissiers, etc.).

#### Pour un meilleur accompagnement ?

*Facultatifs et en dehors de sinistre, des services utiles comme : l'accompagnement dans les projets travaux et l'aide pour faire face aux tracas du quotidien (panne d'électricité, claquage de porte, casse de vitre, etc.).*



# Mockup Plateforme des Goodies Projet Agence des Postiers





## Enfin une Assurance Auto qui colle à votre voiture.

Les nouvelles garanties de notre Assurance Auto<sup>(1)</sup> s'adaptent à chaque profil.



BANQUE ET CITOYENNE



(1) Dans les limites et conditions prévues aux Conditions Générales et Particulières de votre contrat d'Assurance Auto. La Banque Postale - S.A. à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 4 046 407 595 €. Siège social : 115 rue de Sèvres, 75275 Paris CEDEX 06. RCS Paris 421 100 845. Code APE 6419Z. Intermédiaire d'assurance immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 023 424. • La Banque Postale Assurances IARD - S.A. au capital de 5 202 000 € entièrement libéré - Siège social : 10 place de Catalogne 75011 Paris - RCS Paris 419 901 269. • La Banque Postale Assurance Santé - S.A. au capital social de 3 336 000 € Siège social : 115 rue de Sèvres, 75275 Paris CEDEX 06. RCS Paris 440 165 041. Code APE 6512Z. Entreprises régies par le Code des assurances.



## Votre banquier assure, confiez-lui vos assurances.

3 millions de clients nous ont déjà fait confiance pour leur Assurance Auto, Habitation, Prévoyance ou Santé.



BANQUE ET CITOYENNE



La Banque Postale - S.A. à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 4 046 407 595 €. Siège social : 115 rue de Sèvres, 75275 Paris CEDEX 06. RCS Paris 421 100 845. Code APE 6419Z. Intermédiaire d'assurance immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 023 424. • La Banque Postale Assurances IARD - S.A. au capital de 5 202 000 €. Siège social : 10 place de Catalogne 75011 Paris - RCS Paris 419 901 269. • La Banque Postale Prévoyance Santé - S.A. au capital social de 3 336 000 €. Siège social : 115 rue de Sèvres, 75275 Paris CEDEX 06. RCS Paris 440 165 041. Code APE 6512Z. Entreprises régies par le Code des assurances.

# Temps Commercial 3 2017



**Relax, on assure bien  
votre logement  
dès le plus petit imprévu.**

**Avec notre Assurance Habitation,  
nous vous accompagnons  
en cas de petits ou gros dégâts.**



BANQUE ET CITOYENNE



LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD - S.A. au capital de 52 140 000 €. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. 493 253 652 RCS Paris. Entreprise régie par le Code des assurances.  
LA BANQUE POSTALE - S.A. à Directeur et Conseil de Surveillance au capital de 4 040 407 595 €. Siège social : 115 rue de Sévres 75275 Paris CEDEX 06 - 421 100 645 RCS Paris. ORIAS n° 07 023 424.



**ASSURANCE AUTO**

**Vous avez le feu vert  
pour prêter votre véhicule  
en toute tranquillité\*.**

**Ici, regroupez toutes les assurances  
de votre famille.**



BANQUE ET CITOYENNE

\*Dans les limites et conditions prévues aux Conditions Générales et Particulières de votre contrat d'Assurance Auto.  
LA BANQUE POSTALE ASSURANCES IARD - S.A. au capital de 52 140 000 €. Siège social : 34 rue de la Fédération 75015 Paris. 493 253 652 RCS Paris. Entreprise régie par le Code des Assurances.  
LA BANQUE POSTALE - S.A. à Directeur et Conseil de Surveillance au capital de 4 040 407 595 €. Siège social : 115 rue de Sévres 75275 Paris CEDEX 06 - 421 100 645 RCS Paris. ORIAS n° 07 023 424.



# Le marché de l'Assurance de Biens et de Responsabilité

## L'ACTIVITÉ DES ASSURANCES DE BIENS ET DE RESPONSABILITÉ EN 2016

### Une croissance mesurée des cotisations

Dans un environnement économique marqué par une faible croissance pesant sur la matière assurable et dans un contexte de concurrence intense, la progression du marché des assurances de biens et de responsabilité demeure modérée en 2016 (+ 1,9 % après + 2,3 % en 2015).

Le secteur des particuliers continue de tirer le marché à la hausse, grâce à la bonne tenue du marché de l'habitation et à la résistance du marché de l'automobile.

### Les assurances de biens et de responsabilité - affaires directes France

	Cotisations 2016 en Md€	Évolution 2016/2015	Part du CA
<b>■ Ensemble - affaires directes</b>	<b>53,4</b>	<b>+ 1,9 %</b>	<b>100 %</b>
Particuliers	33,6	+ 2,5 %	62,9 %
Professionnels	19,8	+ 0,8 %	37,1 %
<b>■ Par branches</b>			
Automobile	20,8	+ 1,8 %	39,0 %
Multirisques habitation	10,3	+ 2,5 %	19,2 %
Biens professionnels et agricoles	7,6	+ 1,6 %	14,3 %
Catastrophes naturelles	1,6	+ 1,1 %	3,0 %
Construction	2,1	- 2,1 %	3,9 %
Responsabilité civile générale	3,6	+ 1,1 %	6,8 %
Protection juridique	1,3	+ 7,5 %	2,4 %
Transports	0,9	- 8,5 %	1,7 %
Crédit-caution	1,1	- 4,2 %	2,2 %
Assistance	2,1	+ 9,6 %	3,8 %
Pertes pécuniaires	2,0	+ 6,4 %	3,7 %

Source : FFA

### Une sinistralité en hausse sensible

2016 est une mauvaise année en matière climatique pour l'assurance. Le coût des dommages assurés dû aux événements naturels est estimé à 2,4 Md€ pour 2016 dont 1,4 Md€ pour les seules inondations survenues fin mai-début juin. Ces inondations, qui ont touché les bassins Seine moyenne et Loire, sont les plus coûteuses que le régime des catastrophes naturelles ait enregistré depuis sa mise en place en 1982.

Cette sinistralité climatique s'accompagne d'une hausse des coûts moyens automobiles et d'une recrudescence des cambriolages. Au global, la charge des sinistres est en hausse sensible (+ 5,2 %).

### Événements météorologiques majeurs de l'année 2016

■ Mai : orages de grêle	Coût estimé à 270 M€
■ Mai-Juin : crue des bassins Seine moyenne et Loire	Coût estimé à 1 420 M€
■ Octobre : inondations du Languedoc	Coût estimé à 75 M€

