

RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2021

OUVRIR
DE NOUVEAUX
CHAPITRES
DANS UN MONDE
QUI CHANGE



**BNP PARIBAS
CARDIF**

L'assureur
d'un monde
qui change

ÉDITO

Pauline Leclerc-Glorieux

Directrice Générale de BNP Paribas Cardif

Chez BNP Paribas Cardif, nous rendons l'assurance plus accessible pour permettre à nos assurés de se projeter et de réaliser leurs projets. L'environnement incertain dans lequel nous évoluons renforce la pertinence de notre mission. Dans l'étude que nous avons menée en 2021 avec Ipsos auprès de 21 000 personnes, nous avons observé une augmentation des inquiétudes liées à la santé et à la perte de revenus. En tant qu'assureur, notre devoir est de répondre à ce besoin de protection accru. Pour y parvenir, nous accélérerons notre transformation en prenant en compte les nouvelles attentes de nos clients et de nos partenaires.

Intégrer la révolution des plateformes

Les comportements des clients de nos partenaires évoluent : les plateformes digitales sont aujourd'hui un point d'entrée essentiel pour consommer tous types de biens et de services. Cette révolution des plateformes change l'accès au produit d'assurance. Les clients qui les utilisent ne cherchent en général pas à souscrire à un produit d'assurance mais à répondre à un besoin plus large. Nous nous adaptons à cette nouvelle donne en changeant notre façon de proposer de l'assurance afin de nous insérer de façon plus fluide dans les parcours de nos partenaires. Nous réfléchissons avec eux à la meilleure façon d'intégrer l'assurance dans le parcours d'achat digital du client tout en lui proposant une souscription simple et rapide pour répondre à sa demande d'instantanéité. Pour autant, opérer dans un monde de plateformes est bien plus qu'une simple transposition de notre modèle partenarial dans un monde digital. Les changements sont profonds et touchent toutes les composantes de notre offre. Ces nouvelles tendances nous encouragent à enrichir notre proposition de valeur en complétant nos produits d'assurance par des services connexes. En 2021, nous avons lancé de nouveaux écosystèmes de services autour de plusieurs univers de besoin, comme la retraite ou l'habitation, pour répondre à cette demande croissante de nos partenaires. Dans ce cadre, la technologie, et plus particulièrement l'analyse de la data, sont également au centre de notre proposition de

valeur. Notre expertise dans ce domaine est ainsi reconnue par de nouveaux acteurs digitaux pour lesquels nous avons développé des interfaces personnalisées.

Mettre l'impact positif au cœur de notre proposition de valeur

Nos clients, et particulièrement les jeunes générations, intègrent de plus en plus l'impact dans leur comportement de consommation. Pour BNP Paribas Cardif, être une entreprise à impact positif, c'est adopter des pratiques dont la dimension sociale et environnementale positive s'inscrit au cœur de notre modèle économique. Avoir un impact positif, cela veut dire par exemple rendre l'assurance plus inclusive en proposant une couverture et une tarification adaptées à la situation des personnes vulnérables. En tant qu'investisseur institutionnel, nous développons depuis de nombreuses années une politique d'investissement qui prend en compte les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance. Cette année, nous avons accéléré nos actions en faveur du climat en rejoignant l'Alliance Net-Zero Asset Owner, une initiative soutenue par les Nations Unies. Nous proposons aussi, en tant qu'assureur, des produits et des services qui favorisent l'économie circulaire. En 2021, nous avons, par exemple, rendu l'assurance plus accessible aux acheteurs d'appareils reconditionnés afin d'encourager une démarche écoresponsable.

Nos collaborateurs en première ligne dans cette transformation

Grâce à notre modèle partenarial unique, nous sommes particulièrement bien positionnés pour répondre à ces nouvelles tendances. Mais ce sont bien nos 8 000 collaborateurs qui sont en première ligne dans cette transformation. Ce sont eux qui sont à l'œuvre pour nous permettre d'inventer avec nos partenaires et nos clients de nouvelles façons de rendre l'assurance plus accessible, notamment grâce à notre expertise en actuariat et en *analytics*. Cette mission donne du sens à notre travail quotidien puisque 86% des collaborateurs de BNP Paribas Cardif y adhèrent. Pour accélérer notre transformation, nous adoptons ensemble de nouvelles compétences et de nouveaux modes de travail : notre Esprit Cardif est clé pour nous adapter à ce monde qui change.

“ Dans le cadre de notre mission, nous rendons l'assurance plus accessible pour permettre à nos assurés de se projeter et de réaliser leurs projets. ”

BNP
PARIBAS
AG

EXPERT

N°1

Leader mondial des partenariats en bancassurance

8 000

COLLABORATEURS

33 PAYS

282

MILLIARDS D'EUROS D'ACTIFS GÉRÉS

UNE CENTAINE DE PARTENARIATS SIGNÉS OU RENOUVELÉS DANS LE MONDE EN 2021

ENTREPRENEUR

N°1 Leader mondial en assurance emprunteur

32,6

MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

ÉTHIQUE

500

partenaires aux profils variés : des banques, des institutions financières, mais également de grands noms de l'automobile, de la grande distribution, des télécommunications ou encore des conseillers en gestion de patrimoine et des courtiers.

1,4 milliard d'euros de résultat net avant impôt

EMPATHIQUE



ALLEMAGNE
L'assurance emprunteur simplifiée

En Allemagne, BNP Paribas Cardif s'est associé avec le premier comparateur en ligne afin de distribuer son offre d'assurance dédiée aux prêts immobiliers par ce nouveau canal.

+ P.10



INTERNATIONAL
Répondre à la crainte croissante du chômage

Les inquiétudes liées au chômage augmentent. C'est pourquoi nous avons développé, sur l'ensemble de nos marchés, des solutions pour soutenir nos clients et les aider à répondre à ces préoccupations.

+ P.20

CHILI
Un écosystème de services « habitation » pour les clients de Scotiabank

BNP Paribas Cardif propose un écosystème complet de services pour le logement associé à un produit d'assurance habitation au Chili.

+ P.8



INTERNATIONAL
1,5 milliard d'euros d'investissements à impact positif

Conformément à notre objectif de consacrer un milliard d'euros par an en moyenne d'ici fin 2025 à des investissements à impact positif, nous avons d'ores et déjà investi 1,5 milliard d'euros en 2021.

+ P.29

JAPON
Traiter le cancer différemment

Au Japon, BNP Paribas Cardif assouplit les conditions de souscription de l'assurance emprunteur, désormais accessible aux personnes ayant eu un cancer : une première dans le pays.

+ P.21



INTERNATIONAL
Développement d'une démarche de « Strategic Workforce Planning »

Chez BNP Paribas Cardif, nous déployons une méthodologie « Strategic Workforce Planning » de manière à anticiper les besoins et développer les compétences au sein de l'entreprise.

+ P.30





OUVRIR DE NOUVEAUX CHAPITRES POUR NOS PARTENAIRES

Tirer parti de la plateforme

Nos partenaires distributeurs sont au cœur de notre business model. Notre ambition est d'être pour eux un moteur de croissance en prenant en compte l'évolution des comportements et des attentes des clients. C'est pour cela que nous soutenons nos partenaires dans leur transformation et créons pour eux des plateformes de services qui viennent compléter nos offres traditionnelles.

Nous faisons aussi évoluer notre manière de vendre l'assurance en proposant des interfaces digitales prêtes à l'emploi, personnalisables et adaptées aux spécificités des nouveaux acteurs du digital.

Nous transmettons régulièrement à nos partenaires des reportings de performance automatisés pour améliorer ensemble nos offres et leur permettre de piloter leur efficacité commerciale.

En quoi l'assurance intégrée change-t-elle la donne ?

Chez BNP Paribas Cardif, nous sommes convaincus que les écosystèmes de services quotidiens rendent l'assurance plus attractive et qu'ils apportent plus de valeur au client. Ils génèrent aussi pour nos partenaires distributeurs de nouveaux points de contact avec leurs clients. Grâce à notre expertise technologique, nous concevons des plateformes digitales qui répondent aux attentes de nos partenaires et de leurs clients. C'est une nouvelle manière de proposer de l'assurance en offrant des écosystèmes complets de services directement intégrés au produit souscrit.

FRANCE

#Épargne

UNE PLATEFORME POUR PRÉPARER SA RETRAITE

BNP Paribas a lancé MonDemain, une plateforme innovante qui donne accès à des produits et des services indispensables pour préparer sa retraite. Cette solution d'accompagnement pas à pas permet au client de mieux anticiper son avenir et ses projets. BNP Paribas Cardif, BNP Paribas Asset Management et la Banque Commerciale En France (BCEF) de BNP Paribas ont travaillé ensemble pour proposer une expérience client optimale, grâce à des parcours digitaux et des interfaces de programmation (API) de premier ordre. Intégrant des applications performantes, MonDemain offre aux clients une suite de modules qui leur permet d'analyser leur situation afin de les faire bénéficier d'une solution d'épargne long-terme personnalisée. Cette expérience digitale est ensuite complétée par une mise en relation personnalisée avec un conseiller. La plateforme regroupe ainsi le meilleur du digital, de l'humain et de l'expertise retraite.



CHILI

#Habitation

Un écosystème de services « habitation » pour les clients de scotiabank

BNP Paribas Cardif propose un écosystème complet de services adaptés au logement et associé à un produit d'assurance habitation au Chili. Les clients de Scotiabank peuvent bénéficier de cette plateforme digitale dès la souscription de leur contrat d'assurance habitation. L'offre inclut des services de dépannage vitrerie et serrurerie, mais aussi un accès à la télé-médecine pour les animaux de compagnie ainsi qu'une assistance en ligne pour le dépannage des appareils domestiques. Grâce à cette innovation, nous apportons de la valeur au client dès la souscription du contrat d'assurance habitation.

EUROPE

#SolutionsMaintenance

Une nouvelle coentreprise avec Volkswagen Financial Services dans le domaine des véhicules de flottes

Nous sommes fiers de soutenir dans sa transformation l'un de nos plus anciens partenaires. La création d'une coentreprise dédiée à l'entretien des flottes automobiles en Europe vient en effet donner une nouvelle dimension à notre collaboration avec Volkswagen Financial Services. Grâce à l'expertise d'Icare, nous proposons des solutions de maintenance qui garantissent aux clients de nos partenaires une expérience optimale. Notre accord mondial de long-terme a par ailleurs été renouvelé. Nous continuerons ainsi à fournir des solutions d'assurance dans 16 pays pour les clients qui souscrivent à un prêt automobile, un crédit-bail ou un prêt personnel.



BRÉSIL

#ProtectionVieDigitale
#BiensPersonnels

UN ÉCOSYSTÈME DIGITAL INCLUS DANS NOTRE ASSURANCE POUR LES CLIENTS DE CARREFOUR ET D'ATACADÃO

Vol d'identité, achats abusifs, hameçonnage, virus : le besoin de protéger ses données personnelles sur Internet se développe aussi rapidement que le monde en ligne. Ce type d'arnaques est devenu encore plus fréquent pendant la pandémie, ce qui exige de la part des utilisateurs d'être plus vigilants que jamais. Selon une étude menée par Serasa Experian, une tentative de fraude se produit toutes les huit secondes au Brésil.

Pour répondre à ces besoins, BNP Paribas Cardif a lancé pour les clients de Carrefour et d'Atacadão (filiale du plus grand groupe de grande distribution au Brésil) *Digital Life and Personal Belongings Protection*, la première assurance au Brésil qui indemnise le client en cas de vol d'effets personnels, de retrait/achat sous contrainte ou de pertes financières résultant d'un vol de données en ligne. Ce nouveau produit offre aussi un écosystème digital, qui inclut la surveillance en ligne par le biais d'alertes ainsi que les conseils d'un spécialiste en cas de fuite ou d'utilisation abusive des données personnelles. Il sensibilise aussi les assurés pour les aider à identifier et à gérer plus efficacement les situations de fraude. Les clients bénéficient de ces services à l'instant même où leur contrat d'assurance prend effet et pas seulement au moment où ils déclarent un sinistre. Leur utilisation est illimitée et entièrement en ligne sans coût supplémentaire.

EUROPE

#Mobilité

Icare lance un nouvel écosystème de services automobiles

Icare, notre filiale spécialisée dans les contrats d'extension de garantie et de maintenance automobiles, a développé un écosystème de services reposant sur une approche multicanale qui couvre le cycle complet de la voiture, de l'achat à la vente. Ces services digitaux sont conçus pour aider nos partenaires, les automobilistes et les concessionnaires. Notre proposition de valeur pour les partenaires a été enrichie afin de développer la souscription multicanale, ainsi de générer de nouveaux points de contact avec leurs clients. Pour les automobilistes, nous proposons une nouvelle expérience dans le cadre de notre offre d'extension de garantie grâce à

Mobicar, une application web et mobile qui permet l'accès aux documents contractuels en ligne, la souscription et le suivi du traitement des sinistres. Quant aux concessionnaires automobiles, de nouveaux services digitaux sont disponibles pour les accompagner au quotidien dans leur activité sur le marché de l'occasion. Ils ont ainsi accès à notre indice de fiabilité véhicule d'occasion ainsi qu'à Mylcare, un nouveau portail dédié. Enfin, grâce à l'application Easicare, nous aidons les revendeurs de voitures d'occasion à mieux anticiper les frais de remise en état et la préparation ainsi qu'à ajuster le prix de vente du véhicule.

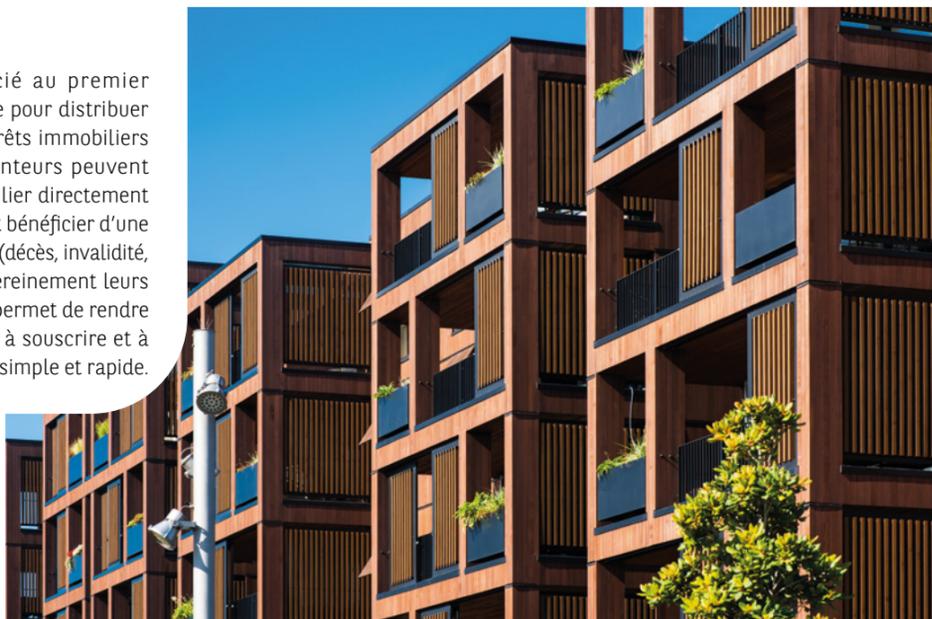
Intégrer la plateformisation dans notre modèle de distribution

Nous devons adapter notre modèle de distribution aux plateformes digitales, qui sont devenues un point d'entrée essentiel pour s'informer et consommer tous types de biens et de services. Cette nouvelle tendance de marché baptisée « plateformisation » modifie notre façon de distribuer l'assurance car elle nous oblige à repenser la manière de l'intégrer dans le parcours d'achat digital de nos partenaires. Afin de prendre en compte cette évolution, nous proposons donc des interfaces clé en main et personnalisables dans le but de répondre aux exigences de nos nouveaux distributeurs digitaux.

ALLEMAGNE

#PlateformeDigitale L'assurance emprunteur simplifiée

BNP Paribas Cardif s'est associé au premier comparateur en ligne en Allemagne pour distribuer son offre d'assurance dédiée aux prêts immobiliers par ce nouveau canal. Les emprunteurs peuvent désormais assurer leur prêt immobilier directement sur la plateforme digitale Check24 et bénéficier d'une protection contre les risques de la vie (décès, invalidité, cancer, chômage) afin de réaliser sereinement leurs projets immobiliers. Ce partenariat permet de rendre l'assurance emprunteur plus facile à souscrire et à utiliser à travers un parcours digital simple et rapide.

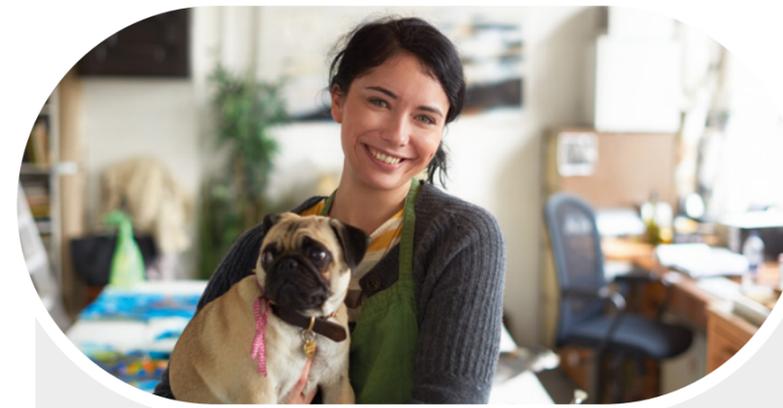


BRÉSIL

#Fintech

PROPOSER UNE OFFRE DE PRODUITS ET DE SERVICES DE PROTECTION ACCESSIBLES POUR LES CLIENTS DE NEON

BNP Paribas Cardif vient de signer un partenariat exclusif avec Neon, l'une des principales fintechs brésilienne, pour l'accompagner sur le marché de l'assurance. Nous mettons au point une gamme complète de produits de protection associée à un écosystème de services digitaux. Les clients de Neon pourront y accéder dès le premier jour de souscription de leur contrat d'assurance. En outre, ce partenariat est une véritable opportunité pour les deux entreprises de renforcer leur raison d'être en proposant aux clients de Neon des produits d'assurance accessibles afin de les protéger des imprévus et de leur permettre d'appréhender l'avenir en toute confiance.



ROYAUME-UNI, EUROPE-MOYEN-ORIENT-AFRIQUE, AMÉRIQUE LATINE

#AnimauxDomestiques, #Digitalisation

CARDIF PINNACLE CONCLUT UNE ALLIANCE STRATÉGIQUE DANS LE DOMAINE DE L'ASSURANCE POUR ANIMAUX DOMESTIQUES

L'assurance pour animaux domestiques est un secteur dont la croissance promet d'être soutenue au niveau mondial. Cardif Pinnacle, notre filiale experte en la matière, a saisi cette opportunité en signant une alliance stratégique autour de l'assurance santé des animaux domestiques avec IAB, société qui est spécialisée notamment dans la conception de plateformes. Cardif Pinnacle est aujourd'hui un acteur de référence sur le marché de l'assurance pour animaux de compagnie, proposant des solutions innovantes et évolutives à ses partenaires ainsi qu'aux propriétaires d'animaux domestiques. Ce partenariat stratégique fait suite aux récentes acquisitions par IAB de plusieurs sociétés d'assurance pour animaux de compagnie de référence aux États-Unis, et lui permet d'étendre sa plateforme mondiale dédiée à ce type d'assurances. Grâce à cette alliance stratégique, les deux partenaires sont bien positionnés pour occuper une place de leader sur le marché florissant de la santé des animaux domestiques.

FRANCE

#DigitalPlayer Intégrer les services AppleCare dans notre offre d'assurance

Avec nos partenaires Orange et Boulanger, nous avons travaillé à intégrer les services AppleCare à notre offre d'assurance protégeant les smartphones des risques du quotidien. Ensemble, nous avons ainsi initié un partenariat durable avec Apple.

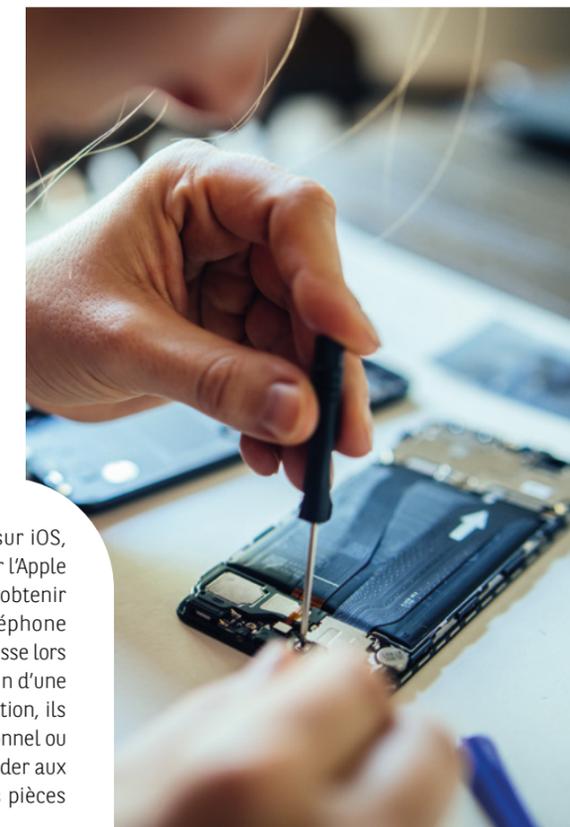
Les clients d'Orange et Boulanger ont désormais accès à une protection et une assistance supplémentaires pour leur iPhone sans augmentation de tarif. Ils peuvent par exemple bénéficier d'un accompagnement privilégié par

un expert Apple pour toute question sur iOS, iCloud ou les applications disponibles sur l'Apple Store. Il leur est également possible d'obtenir une batterie de rechange si leur téléphone commence à montrer des signes de faiblesse lors de la charge. Enfin, si leur iPhone a besoin d'une réparation dans le cadre d'une réclamation, ils peuvent suivre le parcours client traditionnel ou se rendre dans un Apple Store et demander aux experts d'Apple de le réparer avec des pièces d'origine.

EUROPE

#MarketplaceDigitale Assurer les appareils reconditionnés

Les consommateurs ont de plus en plus la volonté de réduire l'impact environnemental de leurs achats. En France, quatre consommateurs sur cinq déclarent être prêts à acheter un équipement d'occasion ou à conserver le leur plus longtemps. Nous nous sommes associés à Back Market, première place de marché dédiée aux produits reconditionnés, et à l'insurtech bolttech (anciennement i-surance) pour lancer une offre d'assurance écoresponsable pour les smartphones, tablettes et ordinateurs portables. Ce produit protège les appareils mobiles reconditionnés contre les risques de la vie quotidienne tels que la casse, l'oxydation ou le vol, mais également contre les accidents dus à la maladresse ou à la négligence. Cette offre est valable en France, Espagne, Allemagne, Belgique, Italie ainsi qu'aux Pays-Bas. Ce nouveau partenariat est en ligne avec notre ambition de développer des interfaces clé en main personnalisables et des produits à impact positif : en donnant la priorité à la réparation, nous œuvrons activement en faveur de l'économie circulaire.



Mesurer la satisfaction de nos clients et de nos partenaires

Notre expertise de l'assurance et de la technologie nous permet de fournir à nos partenaires un reporting automatisé détaillé afin de les aider à piloter leurs ventes. Cela nous aide à améliorer nos offres et nos services tout en générant plus de valeur pour nos clients.

INTERNATIONAL

#CustomerAdvocacy

Offrir des retours réguliers à nos partenaires

Être à l'écoute de nos clients est fondamental afin d'adapter nos produits et d'améliorer nos services en permanence. Depuis 2015, nous avons introduit le Net Promoter Score (NPS) dans chacun des pays où nous opérons afin de mesurer le niveau de satisfaction client. Nous réalisons également des enquêtes NPS pour nos partenaires. Ces résultats sont ensuite utilisés pour piloter des initiatives stratégiques en tenant compte des attentes des clients. Cela nous permet de concevoir des offres à forte valeur ajoutée en collaboration avec nos partenaires.

Par exemple, en Europe centrale, grâce aux retours de nos clients, nous n'avons eu de cesse d'accroître la valeur client en réduisant les exclusions, en élargissant les couvertures de nos contrats et en diminuant le temps d'attente dans le traitement des sinistres, ce qui a amélioré notre NPS de plus de 50 points sur l'ensemble des sinistres. À Taïwan, nous avons constaté que 80% des nouveaux clients ont besoin d'accompagnement pour bien comprendre les caractéristiques des produits. Une nouvelle solution digitale a donc été conçue pour améliorer leur expérience. Depuis son lancement, cette innovation a reçu un accueil favorable des clients et a été utilisée par 1 nouveau client sur 3.

Nous encourageons nos différents pays à développer indépendamment leur propre « Customer advocacy program ». En 2021, 29 pays ont participé à ce projet. L'organisation de réunions régulières permet de partager les bonnes pratiques au sein de l'ensemble des pays.



Chris Murphy,
Directeur de la gestion des partenariats
chez BNP Paribas Cardif

“ L'enquête partenaire menée en 2021 a révélé que 76% d'entre eux sont satisfaits de notre Customer Advocacy Program. ”

JAPON

#MachineLearning

UTILISER L'ANALYTICS POUR MIEUX COMPRENDRE NOS CLIENTS

Au Japon, nous utilisons l'*analytics* pour mieux comprendre les retours de nos clients sur notre produit d'assurance emprunteur.

Nous obtenons ainsi des informations qu'une analyse traditionnelle ne saurait identifier. Cinq caractéristiques, dont la facilité de compréhension du produit et la simplicité du parcours client, sont analysées pour comprendre leur impact sur le NPS (Net Promoter Score).

Grâce à ces informations, nous aidons nos partenaires à améliorer l'expérience client et leur communication. Nous montrons ainsi à nos partenaires qu'en combinant notre expérience en *machine learning* et notre expertise de l'assurance, nous pouvons leur apporter une valeur ajoutée essentielle leur permettant d'accroître la satisfaction de leurs clients.



COLOMBIE

#DigitalMonitoring

Avoir un contrôle précis de la performance

En Colombie, nous avons développé deux outils digitaux dédiés à la motivation et à la formation des équipes commerciales, ainsi qu'au suivi en ligne des objectifs de vente de l'assurance: « Partners web » pour nos partenaires et « Advisors App » pour les équipes commerciales.

« Partners web » a été créé pour offrir à nos partenaires un outil grâce auquel ils peuvent contrôler quotidiennement la performance de l'activité Bancassurance, maîtriser avec précision les indicateurs de performance de l'activité assurantielle et suivre les résultats des principaux produits bancaires. Le rapport transmis aux managers permet d'obtenir d'un coup d'œil les résultats de pénétrations des produits par branche d'activité, la productivité, les primes, les commissions et de la mobilisation des équipes commerciales. Il rassemble également toutes les données liées à la performance commerciale et, grâce à l'intelligence artificielle, donne accès aux informations nécessaires quant aux régions, bureaux ou conseillers commerciaux à prioriser dans le suivi des équipes commerciales.

Nous avons développé un deuxième outil digital: l'« Advisor App », destiné aux équipes commerciales. Il permet un suivi en ligne de la performance commerciale et informe les équipes des sessions de formation organisées. Cet outil leur permet de connaître et de suivre l'évolution de leur propre performance. L'« Advisor App » est entièrement personnalisable en fonction du canal de distribution choisi et du poste occupé selon les objectifs commerciaux et les plans d'intéressement en vigueur. Cet outil contient également une vaste panoplie de contenus pédagogiques qui permettent aux équipes de se former notamment sur la gamme de produits d'assurance. Grâce aux modèles développés par BNP Paribas Cardif en Colombie, le conseiller virtuel permet au conseiller bancaire d'identifier la meilleure offre d'assurance adaptée aux besoins de ses clients à travers une série de questions simples tenant compte de variables socio-économiques. Ce module agit également comme une aide à la vente. Grâce à la simplicité de l'expérience utilisateur, le conseiller repère en effet facilement les caractéristiques essentielles du contrat d'assurance qu'il doit proposer à son client. Ces deux outils ont déjà été mis en place chez nos partenaires et ont été largement utilisés. Plus de 2,3 millions d'interactions ont été générées au cours des deux dernières années.

INTERNATIONAL

#CardifLab'

UNE VISITE 100% IMMERSIVE DEDIEE A NOS PARTENAIRES

En 2021, le Cardif Lab', notre laboratoire dédié à l'expérimentation d'innovations et au prototypage de nouveaux services, a conçu une expérience 100% immersive incarnant notre vision du futur en 2025. Plus de 400 partenaires ont effectué cette visite et ont exprimé une réelle satisfaction à l'issue de leur expérience. Le Net Promoter Score (NPS) s'élevait à 74. Nos partenaires peuvent y découvrir notre puissant écosystème d'innovation ainsi que de belles opportunités de co-création. Pour eux, c'est aussi l'occasion d'entrer en contact avec nos ambassadeurs de l'innovation, nos experts et nos réseaux de start-up, et d'échanger sur les tendances inspirantes de demain.



“ La plateforme, prochaine étape de la digitalisation ”

Baptiste Auffret, Directeur des partenariats affinitaires chez BNP Paribas Cardif France, nous explique en quoi le partenariat avec Back Market, première place de marché dédiée aux produits reconditionnés, illustre notre stratégie fondée sur la prise en compte de l'impact et la plateforme comme vecteurs de croissance.

En quoi Back Market et BNP Paribas Cardif sont-ils complémentaires ?

BNP Paribas Cardif allie stabilité financière et agilité entrepreneuriale, ce qui nous a permis de lancer notre offre avec Back Market dans six pays européens en seulement huit mois. Pour une entreprise comme Back Market, qui est un nouvel entrant sur le marché de l'assurance, nous représentons une source d'expertise fiable qui rassure. De notre côté, interagir avec une start-up *digital native* centrée sur la donnée est très motivant pour nos *data scientists*. Ce partenariat nous permet en outre d'intégrer la révolution des plateformes dans notre modèle de distribution en collaborant avec de nouveaux acteurs digitaux.

Qu'est-ce qui vous impressionne le plus chez Back Market ?

Étant donné l'urgence écologique, trouver une façon plus durable de « consommer » la technologie est un impératif essentiel dans le monde d'aujourd'hui. Le plus impressionnant chez Back Market est, selon moi, leur combat quotidien pour permettre aux gens de privilégier l'économie circulaire et la réparation, ainsi que leur capacité à montrer que rentabilité économique et engagement en faveur de l'environnement ne sont antinomiques : l'économie circulaire est un *business model* qui fonctionne !

En quoi ce partenariat aide-t-il à rendre l'assurance plus accessible ?

Pour Back Market, l'assurance est un moyen d'établir une relation de confiance. C'est un outil qui renforce la confiance des consommateurs envers les produits reconditionnés et permet de faire tomber les freins associés à ce marché. Chez BNP Paribas Cardif, nous sommes donc fiers de rendre ainsi l'assurance plus accessible aux acheteurs d'appareils reconditionnés.



CE QUI ME MOTIVE
Travailler main dans la main avec des partenaires

Pour commencer, qu'est-ce que l'assurance affinitaire ?

Une assurance affinitaire est une garantie, une assistance ou un service auxiliaire au produit acheté par le client, qui lui est vendu par un distributeur qui n'est pas assureur. Nous couvrons par exemple les appareils mobiles contre les risques du quotidien comme la casse, l'oxydation ou le vol, avec de grands partenaires distributeurs comme Orange et Boulanger en France.



CE QUI ME REND FIER
La croissance rapide de notre activité affinitaire

Pourquoi BNP Paribas Cardif s'est-il associé à Back Market ?

Back Market est la première place de marché dédiée aux appareils reconditionnés. Non seulement la croissance de cette entreprise est exceptionnelle, mais ses valeurs sont parfaitement en phase avec les nôtres, notamment en matière de satisfaction client, un élément qui est au centre de notre proposition de valeur. Dans notre activité d'assurance affinitaire, où les clients interagissent régulièrement avec leur assureur, la prestation doit toujours être au bon niveau, sinon le client ira voir ailleurs. Nous partageons également les mêmes convictions quant à l'impact positif que nous devons avoir sur la société. Nous avons par exemple lancé ensemble une offre écoresponsable qui promeut activement l'économie circulaire en donnant la priorité à la réparation en cas de sinistres.



L'INNOVATION DE DEMAIN
La plateforme, prochaine étape de la digitalisation





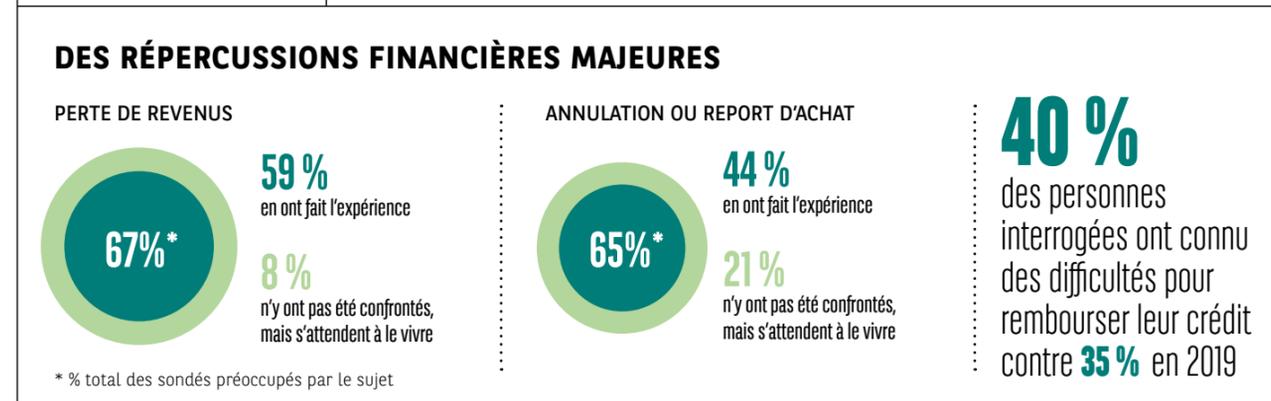
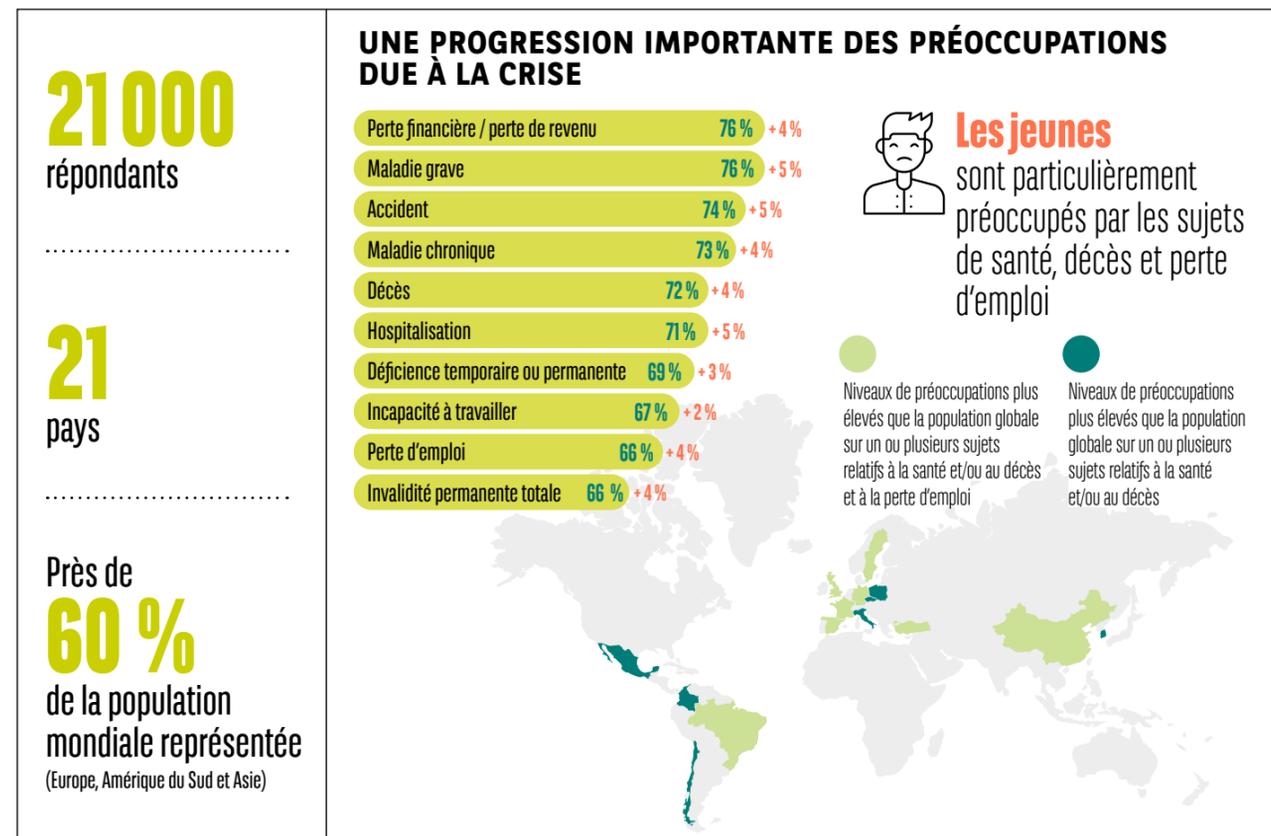
OUVRIR DE NOUVEAUX CHAPITRES POUR NOS CLIENTS

Réinventer en permanence la protection et l'épargne

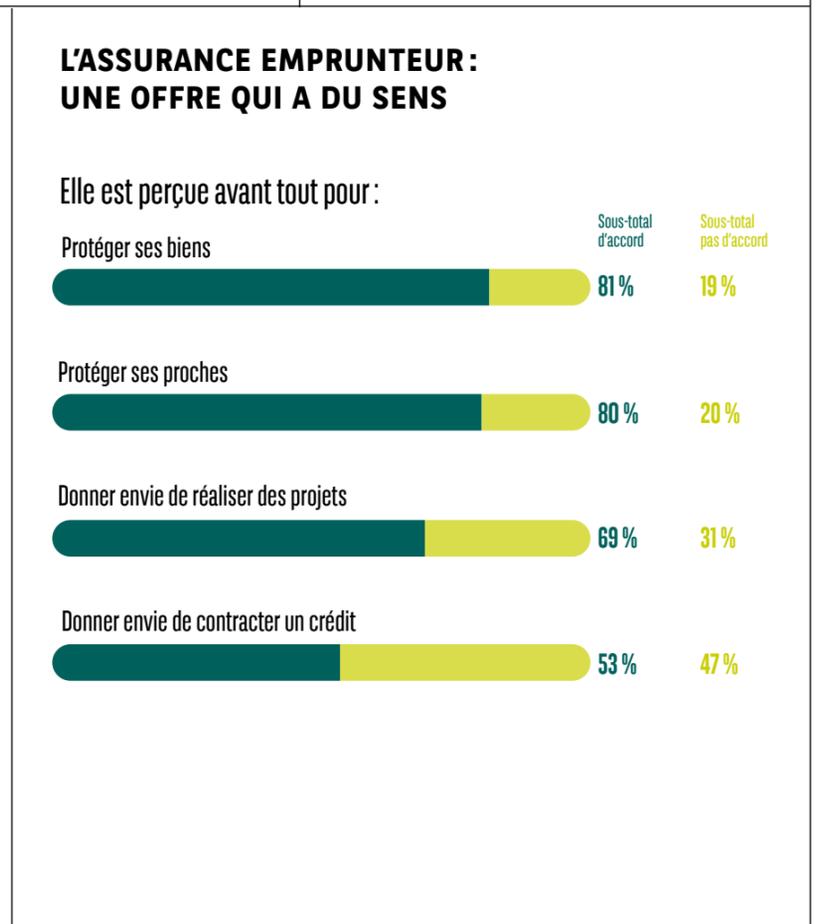
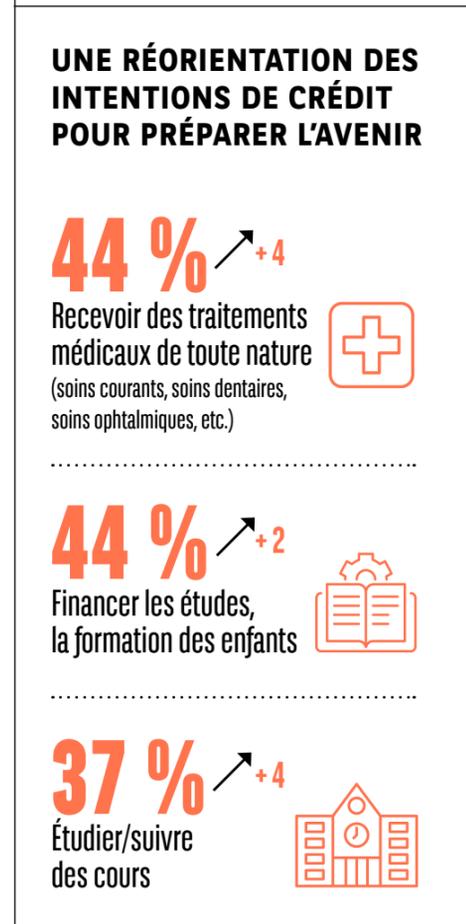
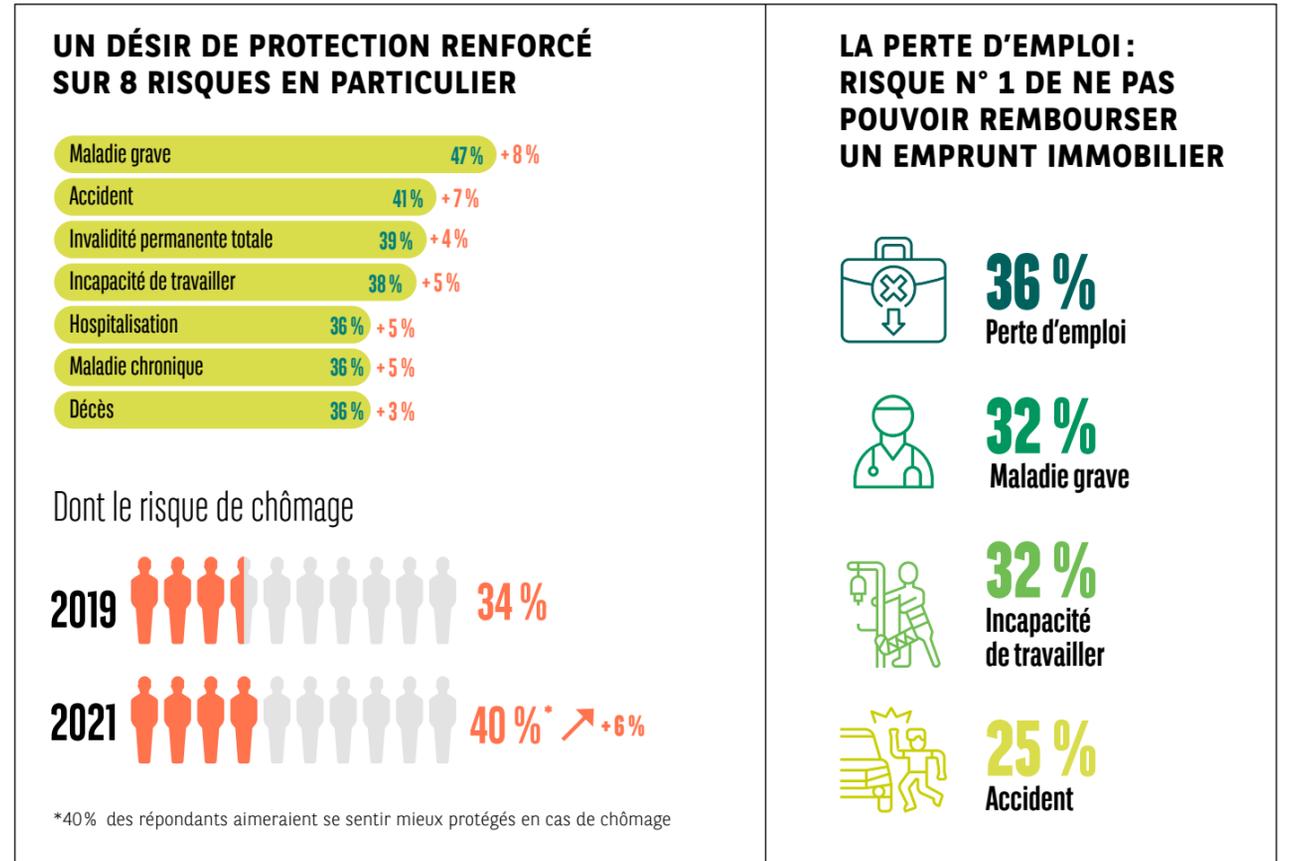
En tant qu'assureur, notre mission consiste à protéger les individus : nous jouons donc un rôle essentiel dans la vie de nos clients. Afin de toujours progresser, nous cherchons en permanence de nouvelles manières d'enrichir notre offre de protection et d'épargne, pour répondre aux besoins changeants de la société, et anticiper ces évolutions afin de garder un temps d'avance. Notre mission, rendre l'assurance plus accessible, oriente à la fois nos activités au quotidien et nos choix stratégiques, et nous permet d'aider nos clients à mieux se protéger, pour regarder l'avenir avec confiance. C'est ce qui donne son sens à notre activité.

Se protéger pour se projeter en temps de crise

En 2021, nous avons mené une vaste étude d'opinion auprès de 21 000 personnes, dans 21 pays, sur trois continents (Europe, Amérique du Sud et Asie), pour évaluer l'impact de la crise de la Covid-19 à travers le monde. Les répondants ont exprimé un sentiment croissant de vulnérabilité. 76% d'entre eux se déclaraient préoccupés par la maladie et 76% par la perte de revenus. De manière générale, nous avons constaté un besoin accru de protection, notamment contre le risque de chômage, par rapport à notre précédente étude, en 2019.



40% des personnes interrogées ont connu des difficultés pour rembourser leur crédit contre **35%** en 2019



Des produits à forte valeur ajoutée créés pour vous

Chez BNP Paribas Cardif, nous concevons des produits qui apportent de la valeur à nos clients-assurés. Pour nous assurer que nos services répondent à leurs besoins spécifiques, nous nous appuyons sur une analyse approfondie du marché ainsi que sur notre expertise. Nous proposons des produits à forte valeur ajoutée qui répondent aux besoins de protection accrue des clients et à leur désir de donner du sens à leur épargne en participant au financement de l'économie.

INTERNATIONAL

#Chômage

Répondre à la crainte croissante du chômage

La crise de la Covid-19 a eu un impact réel sur la vie quotidienne ainsi que sur les projets de chacun. C'est pourquoi nous avons développé, sur l'ensemble de nos marchés, des solutions pour soutenir nos clients et les aider à répondre à ces craintes, et notamment à l'inquiétude croissante liée au chômage.

En France, notre contrat Cardif Libertés Emprunteur inclut une aide au retour à l'emploi, sans modification de tarif. Un capital d'un montant de 1 000 euros est versé à l'assuré en cas de perte d'emploi liée à un licenciement économique, à une faute grave pour les salariés en CDI, ou à une cessation d'activité pour les chefs d'entreprises en nom personnel ou dirigeants d'entreprise mandataires sociaux.

En Amérique latine, nous continuons à développer notre écosystème « employabilité » en complément de notre offre d'assurance chômage. Un ensemble de services interdépendants liés au produit d'assurance est mis à disposition des assurés à tout moment, dès leur souscription au produit, via une plateforme digitale, sans qu'ils n'aient besoin de déclarer un sinistre. Les clients de Scotiabank qui choisissent notre assurance chômage ont, par exemple, accès, via notre plateforme, à des formations professionnelles proposées par Coursera, leader de l'apprentissage en ligne en Amérique latine.

Au Japon, la garantie chômage, intégrée à notre contrat d'assurance emprunteur et qui a été lancée par l'intermédiaire de notre partenaire Sumitomo Mitsui Trust Bank (SMTB), connaît un franc succès. Cette garantie, qui répond parfaitement aux préoccupations des clients, est directement intégrée dans notre offre d'assurance emprunteur sans coût additionnel. Plus de 20 000 contrats ont déjà été commercialisés depuis le lancement du produit en 2020.



FRANCE

#AssuranceProfessionnelle

VEILLER SUR LES PETITES ENTREPRISES

BNP Paribas se veut le partenaire de choix des petites entreprises en matière de bancassurance. Cardif IARD a donc développé un éventail de produits d'assurance dommages conçus spécifiquement pour répondre aux besoins de cette clientèle.

Cette offre fournit des garanties « à la carte » adaptée à chaque situation. Elle inclut des garanties essentielles comme la responsabilité civile, l'assurance des biens et équipements, l'interruption d'activité, les pannes de machines et la protection juridique.

FRANCE

#Épargne

UNE NOUVELLE OFFRE D'ASSURANCE-VIE POUR INVESTIR SUR LES MARCHÉS PRIVÉS NON COTÉS

Avec Euro Private Strategies, BNP Paribas Cardif propose une nouvelle solution d'épargne complémentaire au fonds général et aux unités de compte, qui s'adresse aux particuliers souhaitant investir sur le long terme et diversifier leurs actifs. Ce produit allie sécurité et potentiel de rendement attractif grâce aux opportunités des marchés privés non cotés. Il finance l'économie réelle en intégrant des critères Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG) pour garantir des projets d'entreprises ou d'infrastructures durables et responsables.

Ce nouveau fonds général est disponible dans les contrats d'assurance vie et de capitalisation commercialisés par AEP, marque commerciale BtoB de BNP Paribas Cardif, et dans les contrats de la gamme Cardif Elite proposée par les conseillers en gestion de patrimoine.

Rendre l'assurance plus accessible

PLUS INCLUSIVE

Qu'entendons-nous par « plus inclusive » ? Grâce à notre expertise reconnue en actuariat et en *analytics* ainsi qu'aux avancées techniques et médicales, nous aidons les personnes vulnérables à accéder à une assurance adaptée à leur situation.

JAPON

#InclusionSanté

Traiter le cancer autrement

Au Japon, une personne ayant déjà eu un cancer ne pouvait pas souscrire à une assurance emprunteur incluant une garantie cancer, qui lui permettrait de bénéficier du remboursement de son emprunt en cas de nouveau diagnostic. BNP Paribas Cardif a donc décidé d'assouplir les conditions de souscription de cette assurance emprunteur pour la rendre accessible à ces clients : c'est la première fois qu'une couverture de ce genre est disponible au Japon. Avec notre partenaire Hiroshima Bank, nous proposons en effet un produit unique, qui protégera les personnes répondant à certains critères tout en couvrant les cancers récurrents. Les clients peuvent désormais acheter un logement et planifier plus sereinement leur vie après la maladie.



FRANCE

#InclusionSanté

FACILITER L'ACCÈS À L'ASSURANCE EMPRUNTEUR

En 2021, les demandes d'assurance emprunteur reçues pour notre contrat Atout Emprunteur distribué par les agences BNP Paribas, ont été acceptées à plus de 99 % et ont données lieu à une proposition d'assurance, dont 94 % à un tarif standard.

Preuve de notre volonté de protéger les personnes vulnérables, nos deux contrats d'assurance emprunteur en France, Cardif Libertés Emprunteur et Atout Emprunteur, offrent désormais une couverture et une tarification adaptées aux personnes confrontées notamment à la maladie de Parkinson, au diabète gestationnel, à l'asthme, à la paralysie ou aux troubles psychiques liés à un événement de vie. Dans notre contrat Atout Emprunteur, nous assouplissons également les conditions générales pour les personnes souffrant d'obésité. Nous tenons compte des avancées médicales et de l'amélioration des traitements au fil des années pour proposer une couverture et une tarification toujours plus adaptées à la situation réelle des personnes afin de les aider à réaliser leurs projets en toute sérénité.

Taux d'acceptation
supérieur à
99 %



PLUS FACILE À SOUSCRIRE ET À UTILISER

Nos clients ont besoin de réponses immédiates et efficaces à chaque étape de leur parcours. Grâce à la technologie, nous rendons l'assurance plus facile à souscrire et à utiliser.

FRANCE

#Automatisation



Automatiser le traitement des sinistres de l'assurance emprunteur

BNP Paribas Cardif France simplifie le traitement des sinistres en proposant à ses assurés, via son partenaire Cbp, de collecter automatiquement les justificatifs d'arrêts de travail auprès de l'assurance maladie. Pour cela, le client donne simplement son consentement par mandat via France Connect. Grâce à ce service, tous les clients ayant souscrit au contrat Cardif Libertés Emprunteur peuvent bénéficier d'un parcours simplifié et gagner en fluidité.



COLOMBIE

#Digitalisation

UTILISER L'IA POUR VALIDER INSTANTANÉMENT LES SINISTRES

Lorsqu'ils déclarent un sinistre, les clients s'attendent tout naturellement à recevoir une réponse immédiate. En Colombie, nous avons mis en place un processus utilisant l'intelligence artificielle (IA) pour valider instantanément plus de 90% des sinistres approuvés au titre des couvertures chômage et incapacité temporaire. Une application mobile de messagerie instantanée, qui permet de déclarer et suivre les sinistres en complément des modes de communication traditionnels, nous a par ailleurs permis de traiter 80% des sinistres en Colombie.

Prise de décision immédiate pour plus de **90%** des sinistres approuvés

BELGIQUE

#ExpérienceClient

Un nouveau parcours digital pour les clients de Keytrade Bank

Souscrire à une assurance emprunteur peut s'avérer complexe, notamment en raison des formalités médicales à accomplir. En Belgique, BNP Paribas Cardif s'est associé à l'insurtech Qover afin de repenser le parcours client en ligne de ce produit d'assurance grâce à une API. Le client doit simplement répondre à quelques questions pour recevoir son tarif personnalisé sans l'intermédiaire d'un courtier. Le premier de nos partenaires à bénéficier de ce nouveau parcours de souscription est la banque en ligne Keytrade Bank.

PLUS COMPRÉHENSIBLE

Rendre l'assurance plus accessible, c'est avant tout veiller à ce que nos contrats soient plus faciles à lire, plus simples et plus compréhensibles pour les clients comme pour nos partenaires.

FRANCE

#ExpérienceClient

Un espace dédié à l'immersion client

Pour mieux comprendre les besoins des clients, le meilleur moyen est d'échanger avec eux en face à face. En France, nous avons développé un concept innovant baptisé « Customer Room » dans notre nouvel espace collaboratif Station France à Nanterre. Nos collaborateurs sont invités à s'immerger dans l'expérience réellement vécue par un client pour mieux appréhender les émotions ressenties lors de la déclaration d'un sinistre.

ITALIE

#ContratsCompréhensibles

ALIN EASY : SIMPLIFIER LES CONTRATS D'ASSURANCE GRÂCE À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

En Italie, nous développons Alin Easy, un outil qui repose sur l'intelligence artificielle, pour vérifier que les contrats d'assurance sont rédigés dans un langage de niveau B1, compréhensible par nos clients. Nous avons utilisé quelque 900 documents contractuels pour entraîner un modèle qui est désormais capable de mesurer le degré de complexité d'un texte en s'appuyant sur le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Cette innovation sera bientôt intégrée dans notre processus interne de validation des documents contractuels.

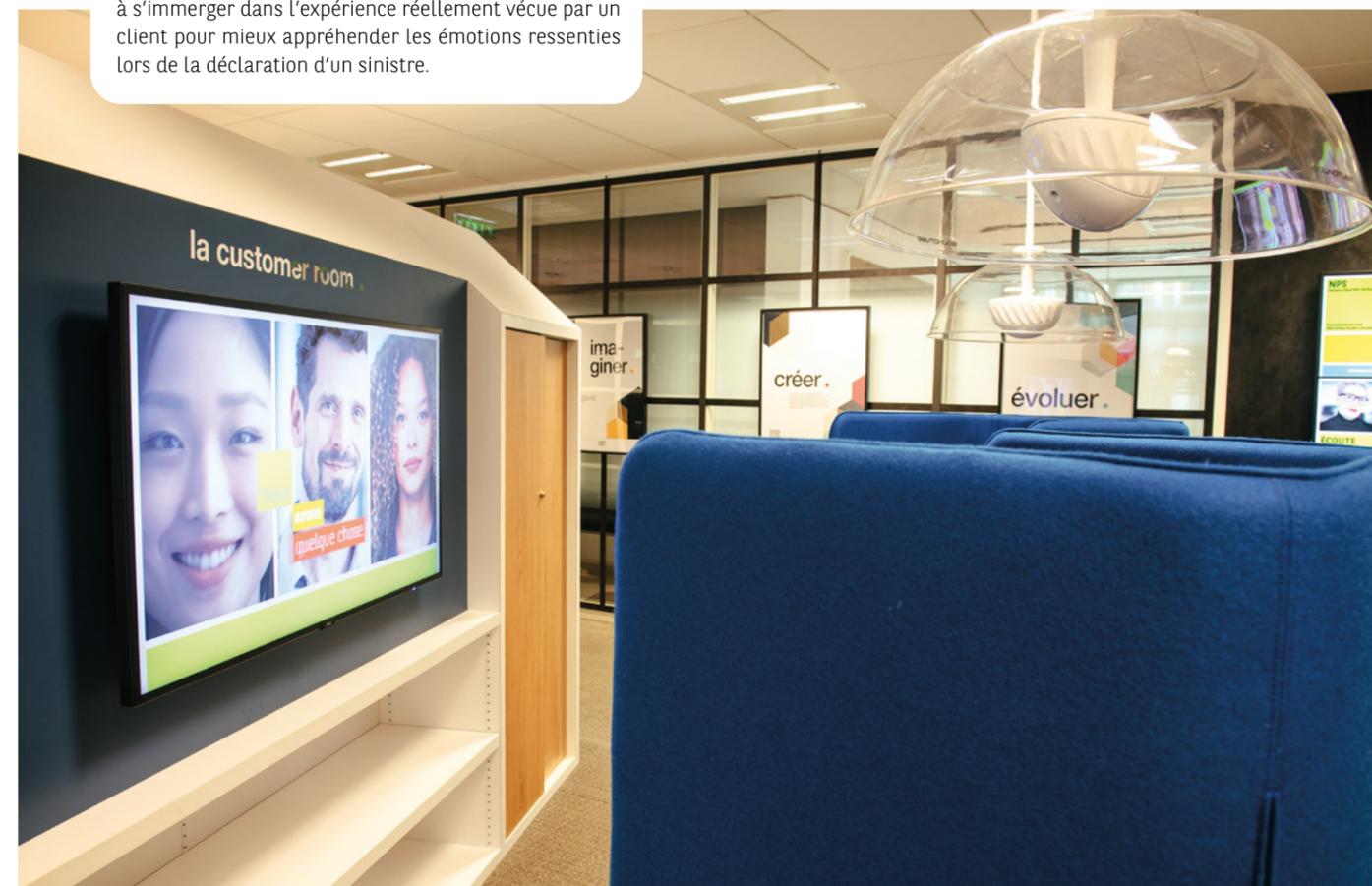


ITALIE

#ExpérienceClient

INTÉGRER LE SELFIE VIDÉO DANS LE PROCESSUS D'AUTHENTIFICATION

Au début de l'année 2021, BNP Paribas Cardif a lancé en Italie une nouvelle plateforme digitale pour ses assurés. Automatisant certaines formalités, MyCardif est conçue pour offrir la meilleure expérience client tout en respectant les réglementations locales. Grâce à un simple selfie, les clients peuvent désormais se connecter à leur compte personnel en ligne pour accéder à toutes les informations sur les produits souscrits et signer en ligne leurs différentes opérations.



Transformer les données en valeur pour les clients et les partenaires

Pablo Castano, Chief Analytics Officer chez BNP Paribas Cardif au Brésil, nous explique en quoi l'analyse de données représente un formidable levier pour améliorer continuellement l'expérience client au Brésil.

Quel parcours vous a conduit jusqu'au Brésil ?

J'ai d'abord été actuaire chez BNP Paribas Cardif pendant 11 ans en Colombie, mon pays d'origine, où mon travail consistait à mettre en pratique ma formation de mathématicien pour définir notre politique tarifaire et surveiller les risques. Cela m'a permis de voir des tendances émerger autour de la Data Science et de l'analyse de données ; mais je voulais également coder et développer mes compétences en data visualisation. J'ai donc appris le langage de programmation Python ainsi que des techniques d'intelligence artificielle. C'est ainsi que je me suis installé à São Paulo pour prendre mes fonctions actuelles de Chief Analytics Officer chez BNP Paribas Cardif au Brésil, où je dirige une équipe de six Data Scientists.

Qu'implique votre rôle au quotidien ?

Mon travail consiste à traduire un besoin commercial en une solution d'intelligence artificielle. La communication avec nos équipes commerciales est donc primordiale. Ensemble, nous cherchons de nouveaux cas d'usages pour lesquels nous pouvons générer des gains d'efficacité opérationnelle et améliorer les services que nous proposons à nos clients. L'intelligence artificielle ne se résume pas à créer des algorithmes : il s'agit aussi de les rendre opérationnels, disponibles, mais aussi faciles à surveiller et à intégrer aux systèmes d'information. La gestion de projets est fondamentale : nous développons des solutions techniques et garantissons en même temps leur performance à long terme.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

Je suis fier de mettre au point et d'utiliser des algorithmes qui améliorent nos services. Nous accélérons par exemple le paiement des sinistres en assurance emprunteur grâce à une solution interne baptisée CardX, qui allie traitement du langage naturel et reconnaissance automatique des documents. Cette solution

facilite le traitement de bout en bout des documents envoyés par les clients. Le document est vérifié instantanément, pour une prise de décision immédiate. Cette solution s'appuie sur l'intelligence artificielle et notamment sur la plateforme de data science Domino qui utilise la simplicité des interfaces API (interface de programmation applicative) pour un traitement rapide des sinistres des clients.

En quoi la technologie rend-elle l'assurance plus accessible ?

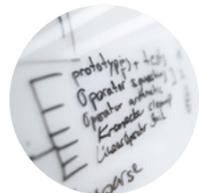
Grâce à la technologie, l'assurance devient plus facile à souscrire et à utiliser. Les clients de nos partenaires utilisent les applications digitales de façon exponentielle : nous devons répondre à leurs nouveaux besoins. Au Brésil par exemple, les gens préfèrent envoyer des notes vocales sur une application mobile de messagerie instantanée plutôt que d'écrire des messages. Nous tenons donc compte de cette nouvelle tendance dans nos processus de gestion des sinistres.

Quelle est la prochaine grande innovation digitale ?

Vous vous dites que je vais répondre le métavers, n'est-ce pas ? En réalité, j'ai surtout très envie de voir comment l'assurance intégrée va se développer. Dans le domaine de l'assurance, il existe de réelles opportunités d'utiliser des API pour proposer des services dans le cadre d'un parcours client intégré à des innovations comme le métavers. Ceci ouvrira le champ des possibles pour la data science, car nous pouvons déterminer où, quand et comment nos différents clients accèdent à l'écosystème de services que nous leur offrons. Nous pouvons ainsi mieux répondre à leurs besoins.

Qu'aimez-vous le plus dans votre travail ?

L'analyse des données exige d'allier compréhension technique et sens commercial. Utiliser l'intelligence artificielle pour le simple plaisir ne rime à rien. Notre analyse doit générer de réelles améliorations pour les clients et pour nos partenaires distributeurs. En tant que manager, je passe également beaucoup de temps à former mon équipe de data scientists et à constamment améliorer leur intégration dans l'entreprise. Certains sont des enfants du digital fraîchement sortis de l'école et débordants d'enthousiasme et d'énergie. Il est donc important de leur apporter tout le soutien dont ils ont besoin. J'aime beaucoup cette facette-là de mon métier.



CE QUI ME MOTIVE
Utiliser l'intelligence artificielle pour générer des gains d'efficacité opérationnelle



CE QUI ME REND FIER
Encadrer mon équipe de data scientists



L'INNOVATION DE DEMAIN
L'assurance intégrée et l'utilisation des API



OUVRIR DE NOUVEAUX CHAPITRES POUR LA SOCIÉTÉ ET NOS COLLABORATEURS

Donner du sens à nos actions

En tant qu'assureur, il est de notre responsabilité d'avoir un impact positif sur la société. Avec nos 500 partenaires distributeurs, nous aidons les clients à participer à la construction d'un monde plus inclusif et plus durable. Pour y parvenir, nous pouvons compter sur les compétences et les méthodologies utilisées par nos collaborateurs. Nous faisons donc du développement continu de leur expertise notre priorité pour pouvoir relever les défis de demain.

Un impact positif sur la société et sur la planète

En 2021, la nécessité d'agir pour protéger la biodiversité, lutter contre le réchauffement climatique et réduire les inégalités est devenue plus évidente que jamais.

En tant qu'investisseur de long terme, nous estimons que l'impact positif sur la société et la planète doit faire partie intégrante de notre gestion de l'épargne que nous confient nos clients.

INTERNATIONAL

#Climat Intensifier la lutte contre le réchauffement climatique

En 2021, nous avons renforcé notre engagement en faveur du climat en rejoignant l'Alliance Net-Zero Asset Owner soutenue par les Nations unies (NZAOA) ainsi que l'initiative Climate Action 100+ conduite par des investisseurs.

L'Alliance Net-Zero Asset Owner rassemble des assureurs internationaux et des fonds de pension s'engageant sur la transition de leur portefeuille d'investissements vers la neutralité carbone d'ici 2050. De son côté, la coalition Climate Action 100+ favorise un dialogue avec les entreprises concernées pour mettre en place un cadre de gouvernance définissant les engagements des conseils d'administration en matière de prise en compte des risques liés au changement climatique, fixe des objectifs de réduction des émissions compatibles avec l'Accord de Paris et publie des informations conformes aux recommandations du Groupe de travail sur les informations financières relatives au climat (TCFD).



Nous sommes très fiers de rejoindre ces deux initiatives qui reflètent nos engagements et constituent un puissant levier pour mener la transition énergétique. En tant qu'investisseur de long terme, nous nous devons d'accélérer nos actions en faveur du climat et de poursuivre activement notre stratégie d'investissement responsable.



Pauline Leclerc-Glorieux,
Directrice générale de BNP Paribas Cardif



INTERNATIONAL

#InvestissementsResponsables 1,5 Milliard d'euros d'investissements à impact positif

Conformément à notre objectif de consacrer 1 milliard d'euros par an en moyenne d'ici fin 2025 à des investissements à impact positif, nous avons d'ores et déjà investi 1,5 milliard d'euros en 2021. De cette manière, nous donnons du sens aux placements des épargnants et leur permettons de contribuer à des projets sur une large sélection de thématiques.

Où vont les investissements ?

Nos investissements se portent sur un certain nombre d'enjeux environnementaux tels que la transition énergétique ou la protection des écosystèmes terrestres et aquatiques, mais aussi sociaux comme les inégalités sociales (logement à loyer abordable et fracture numérique), la diversité (mixité sociale et promotion des femmes) et l'emploi. Ils incluent également des investissements multithématiques ayant des impacts à la fois environnementaux et sociaux.

En 2021, nous avons continué à jouer un rôle actif dans le développement des obligations vertes qui permettent notamment de financer des projets à forte valeur environnementale.

Nous avons par exemple investi dans une obligation verte émise par Energias de Portugal, qui soutiendra des projets liés à la conception, la construction, l'installation et la maintenance de projets de production d'énergie renouvelable (centrales éoliennes onshore et offshore et centrales solaires).



L'ATTENTION PORTÉE À LA BIODIVERSITÉ

À l'instar du réchauffement climatique, le déclin de la biodiversité est l'un des enjeux majeurs auxquels nous devons répondre en tant qu'assureur. Dans le cadre du fonds général de BNP Paribas Cardif, nous orientons certains de nos investissements vers des projets qui contribuent à la préservation des écosystèmes et des espèces naturelles. Nous avons investi dans plusieurs obligations vertes et dans des fonds à impact qui financent des projets liés à la restauration des terres dégradées ou à la lutte contre la pollution des océans due aux déchets et aux plastiques. Nous sommes convaincus que nous avons tous un rôle à jouer pour préserver le capital naturel de notre planète.



FRANCE

#Logement UNE STRATÉGIE IMMOBILIÈRE RESPONSABLE POUR CONTRIBUER À RÉDUIRE LES INÉGALITÉS

BNP Paribas Cardif a augmenté ses investissements dans des fonds à impact social. En diversifiant ses investissements, l'assureur peut avoir un impact concret sur des problématiques sociales.

En 2021, par exemple, BNP Paribas Cardif a signé un accord avec l'association Habitat et Humanisme Île-de-France pour mettre à disposition, pendant six ans, 32 logements de son parc immobilier situés dans Paris. Ces logements ont vocation à héberger temporairement des ménages en difficulté jusqu'à ce qu'ils trouvent des solutions d'hébergement pérennes.



Il nous appartient de gérer l'épargne de nos assurés en donnant du sens à leurs placements. Pour ce faire, nous investissons dans des projets très concrets tels que le logement intermédiaire, qui permet de se loger à prix abordable.



Nathalie Robin,
Directrice immobilière de BNP Paribas Cardif

Placer la barre haute en matière de compétences et de méthodes de travail

Qu'elle soit digitale ou commerciale, la transformation n'obéit qu'à une seule règle : tout repose sur les individus. En tant qu'employeur opérant sur un marché concurrentiel, il est essentiel de promouvoir la diversité et d'offrir un environnement qui permet à nos collaborateurs d'évoluer, de disposer de flexibilité dans leur travail et de se sentir motivé. Chez BNP Paribas Cardif, nous trouvons sans cesse de nouvelles solutions pour adapter nos méthodes de travail, accélérer l'évolution de nos collaborateurs en leur proposant des opportunités d'apprentissage tout au long de leur carrière et leur permettre de devenir les meilleurs ambassadeurs de notre marque.



INTERNATIONAL

#FutureOfWork

Développer une démarche « Strategic Workforce Planning »

Quel que soit le secteur d'activité, les managers ont tous pour objectif stratégique de garder en permanence un temps d'avance sur le prochain défi à relever. Si vous réussissez à anticiper les métiers et les compétences qui seront nécessaires demain, il vous sera plus facile d'accélérer le développement de nouvelles compétences chez vos collaborateurs et de réorienter ceux dont les métiers pourraient être totalement transformés.

Chez BNP Paribas Cardif, nous développons une méthodologie SWP pour veiller à ce que notre trajectoire de compétences soit toujours en avance sur la courbe des besoins. Nous traduisons notre analyse des rôles et des compétences en plans d'action collectifs et individuels, et opérons une montée en compétences lorsque c'est nécessaire. Plutôt que de devoir faire le travail seul, les équipes de nos différents pays peuvent immédiatement bénéficier de cette méthodologie.

250

fonctions évaluées et 50 nouveaux rôles identifiés rien qu'en France



INTERNATIONAL

#NewWaysofWorking

Adopter un mode de travail hybride

Nos équipes se sont rapidement adaptées au télétravail et à tous les changements imposés par la pandémie. Nous avons soutenu nos collaborateurs dès le démarrage de cette crise, nous souciant de leur bien-être et leur permettant de travailler de chez eux. En tant qu'entreprise apprenante, nous nous sommes appuyés sur des expériences locales réussies et les avons déployées à plus grande échelle. En parallèle, nous avons réfléchi à ce que serait l'entreprise de demain, une fois la pandémie passée. C'est le sens même de notre démarche « Smart Working », qui inclut quatre dimensions : le télétravail, les espaces de travail, les outils digitaux et l'attention portée aux collaborateurs. Nous voulons proposer à l'ensemble des collaborateurs une expérience de travail s'appuyant d'une part, sur la collaboration et l'efficacité et, d'autre part, sur une autonomie offrant une relation de travail basée sur la confiance et le respect de la vie professionnelle et personnelle, qui est au fondement même de notre Esprit Cardif.

INTERNATIONAL

#TeamsFeedback

L'enquête Stay Connected plébiscite le Smart Working

Nous mesurons régulièrement le niveau de satisfaction de nos collaborateurs. En 2021, nous avons effectué deux enquêtes semestrielles Stay Connected pour évaluer le ressenti de nos collaborateurs à travers le monde, en vue d'adapter notre stratégie RH pour 2022. Cette année, nous y avons introduit une nouvelle question relative à la démarche Smart Working et 83 % des personnes sondées ont confirmé bénéficier de bonnes conditions de travail pour remplir efficacement leurs missions.

Parmi les résultats de la dernière édition de cette enquête, le bien-être, le leadership et l'engagement conservent les mêmes niveaux élevés qu'en 2020 (supérieurs à 80 %). Et 86 % de nos collaborateurs adhèrent à la mission que s'est fixée notre entreprise de rendre l'assurance plus accessible.

90 % des collaborateurs sont fiers de travailler chez BNP Paribas Cardif



“ Allier performance financière et impact positif ”



Vito Cavaliere a travaillé en France pendant près de 14 ans avant de regagner son Italie natale fin 2020 pour intégrer l'équipe Gestion d'actifs de BNP Paribas Cardif en tant que Directeur de la gestion obligataire. Il gère aujourd'hui la mise en place progressive de la stratégie d'Investissement Socialement Responsable (ISR) au sein du fonds général italien, qui comptait environ 25,2 milliards d'actifs en 2021.

Pourriez-vous nous décrire votre travail ?

En tant qu'assureur, nous pensons que notre rôle d'investisseur institutionnel s'accompagne de responsabilités. Mon travail consiste à gérer sur le long terme l'épargne que nous confient nos assurés en cherchant à allier performance financière et impact positif sur la société et l'environnement. L'Investissement Socialement Responsable (ISR) constitue de manière assez naturelle une priorité pour BNP Paribas Cardif en Italie. Cela répond à l'objectif que nous nous sommes fixé de protéger les actifs investis par nos clients tout en promouvant une transition vers un monde plus durable. Je suis convaincu que ces choix d'investissement renforcent la résilience de nos portefeuilles à court, moyen et long terme.

Quels sont vos objectifs au quotidien ?

Avec nos collègues en charge de la gestion d'actifs en France et au Luxembourg, nous travaillons en étroite collaboration selon une approche reposant sur trois piliers. Nous appliquons tout d'abord différents filtres aux investissements que nous faisons dans le cadre de nos fonds généraux : un filtre ESG (critères Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance), un filtre carbone ainsi que des filtres sectoriels (comme le charbon thermique) appliqués à notre univers d'investissement. Tous les actifs détenus en direct dans nos fonds généraux sont évalués selon des critères extra-financiers. Nous privilégions les entreprises ayant les meilleures pratiques et qui sont les plus engagées dans la

protection de l'environnement et des hommes. Nous renforçons également nos engagements en faveur du climat, conformément aux résolutions prises par BNP Paribas Cardif, qui a aussi rejoint des initiatives internationales comme l'Alliance Net-Zero Asset Owner soutenue par les Nations Unies. Enfin, nous développons nos investissements à impact positif, qui ont un impact environnemental et social mesurable, tout en générant une performance financière pour nos clients.

De quoi êtes-vous le plus fier ?

Ces dernières années, dans le cadre de notre stratégie ISR en Italie, nous avons amélioré la couverture ESG de nos investissements. Aujourd'hui, près de 93 % des actifs de nos fonds généraux sont évalués selon des critères Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance. Nous avons également amélioré nos indicateurs pour analyser et surveiller l'incidence de nos investissements sur le climat. Je suis également fier de l'accélération de nos investissements à impact positif. Nous avons en effet investi dans des obligations vertes qui permettent de financer des projets à forte valeur environnementale, mais aussi dans des obligations sociales telles que la « Covid-19 Social Response Bond » émise par la Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo. Cette dernière nous permet d'aider à financer de petites et moyennes entreprises italiennes qui font face à des situations critiques de liquidité, mais aussi des sociétés qui favorisent l'accès au matériel médical et aux médicaments.

Comment réagissent les clients, collaborateurs et parties prenantes ?

Nous avons enrichi les informations diffusées sur notre stratégie ISR, notamment grâce à la publication de notre premier rapport RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) en 2021, et nous organisons des sessions de sensibilisation et de formation à la finance durable pour nos collaborateurs. Les réactions ont dépassé de loin nos attentes. Nos partenaires distributeurs et nos équipes apprécient beaucoup les informations détaillées fournies, car ils ont réellement à cœur de comprendre la manière dont nous contribuons à un monde plus durable. Cela nous rend fiers et donne du sens à nos actions. En tant qu'assureur, nous avons la responsabilité de montrer

la voie et de regarder au-delà de la performance financière pour avoir un impact positif sur la société.

Qu'est-ce qui vous motive ?

Les choses évoluent rapidement et le monde est plus complexe que jamais. Si nous voulons avoir un impact positif, nous ne pouvons tout simplement pas travailler seuls. Le travail en équipe est une chose que j'apprécie parce qu'il est important d'analyser les scénarios en adoptant différentes perspectives. Je suis d'un naturel optimiste : je me réjouis donc de voir la prise de conscience croissante quant à l'impact social et environnemental. Nous devons agir maintenant pour construire un monde plus durable. Je place également toute ma confiance dans la technologie, qui fait selon moi partie de la solution. Bien évidemment, la technologie à elle seule ne suffit pas : ce sont les gens qui peuvent changer les choses et j'ai l'espoir que nous trouvions le bon équilibre.

Quelle est la prochaine innovation ?

Je pense que la mesure de l'impact des investissements sera clé. L'utilisation accrue des données et de nouvelles méthodes d'analyse nous aidera à mieux mesurer et évaluer l'impact de nos investissements, pour réussir à relever les défis sociaux et environnementaux.

Comment analysez-vous la dynamique de croissance actuelle en matière d'investissements ESG ?

La prise de conscience s'est considérablement accrue au cours des dix dernières années. Les politiques gouvernementales sont de plus en plus exigeantes : la France mène le changement en Europe. La réglementation évolue en permanence et contribuera à accélérer cette transition, en particulier grâce à l'introduction du *Sustainable Finance Disclosure Regulation* (SFDR) au niveau européen, qui accroît la transparence en matière d'informations liées à la finance durable. Je suis très fier de travailler pour BNP Paribas Cardif, qui montre la voie à suivre en matière d'investissements durables. Nos clients se renseignent de plus en plus sur l'impact de leurs placements. Et, chez BNP Paribas Cardif, nous continuerons à renforcer notre engagement.



CE QUI ME MOTIVE
Le travail d'équipe est une source permanente de progrès



CE QUI ME REND FIER
Notre volonté d'accélérer nos investissements à impact positif



L'INNOVATION DE DEMAIN
Œuvrer pour une meilleure identification de l'impact des investissements



PAULINE LECLERC-GLORIEUX
Directrice Générale

COMITÉ EXÉCUTIF



FABRICE BAGNE
Directeur Général Adjoint,
France & Luxembourg



STANISLAS CHEVALET
Directeur Général Adjoint,
Transformation et Développement



OLIVIER HÉREL
Directeur Général Adjoint,
Gestion d'Actifs



JEAN-BERTRAND LAROCHE
Directeur Général Adjoint,
Marchés Internationaux



VINCENT SUSSFELD
Directeur Général Adjoint,
Finance, Actuariat et Capital



VIVIEN BERBIGIER
Directeur de la zone EMEA
(Europe, Moyen-Orient, Afrique)



PAULINE DE CHATILLON
Directrice de la Conformité



CHARLOTTE CHEVALIER
Directrice de la Proposition
de valeur



ALESSANDRO DEODATO
Directeur de l'Italie



NATHALIE DORÉ
Directrice Impact et Innovation



ANNE DU MANOIR
Directrice des Ressources Humaines



CARINE LAURU
Directrice de la Communication



ERIC MARCHANDISE
Directeur financier



MICHAEL NGUYEN
Directeur Efficacité, Technologie et
Opérations / Chief Operating Officer



SEE SEE OOI
Directrice de la zone Asie



MURIELLE PURON CHAMBORD
Directrice des risques



SANDRA STELLA
Directrice de l'Actuariat Financier,
du Capital et de la Modélisation



FRANCISCO VALENZUELA
Directeur de la zone
Amérique latine

AMÉRIQUE LATINE



GUSTAVO CICINELLI
Argentine



SHEYNNA HAKIM ROSSIGNOL
Brésil



SEBASTIAN VALLE
Chili



JORGE HERNANDEZ
Colombie



NICOLE REICH
Mexique
(Présidente)



FRANCOIS GAZEL-ANTHOINE
Mexique
(Directeur Général)



EDGAR GÓMEZ
Pérou

EUROPE



SÉBASTIEN SANCHEZ
Algérie



FLORIAN WALLY
Autriche



CHRISTOPHE DE LONGUEVILLE
Belgique et Pays-Bas



MARIO KOSTOV
Bulgarie et Roumanie



ZDENEK JAROS
Europe centrale



FABRICE BAGNE
France & Luxembourg



HÉLÈNE THILLIER
Cardif IARD - France



NICOLAS PÖRTL
Allemagne



MÁRK ISTVÁN KISS
Hongrie



TANNEGUY REROLLE
Ibérie (Espagne et Portugal)



CYRIL PETIT
Icare



ALESSANDRO DEODATO
Italie



CHRISTIAN GIBOT
Luxembourg



JACQUES FAVEYROL
Nordics (Danemark, Finlande,
Norvège, Suède)



GRZEGORZ JURCZYK
Pologne



KONSTANTIN KOZLOV
Russie



CEMAL KISMIR
Turquie



ANDREW WIGG
Royaume-Uni



OLEG ROMANENKO
Ukraine

ASIE



YONGTING YANG
Chine



JONATHAN OH
BNP Paribas Cardif
Life Insurance
Corée



OLIVIER CALANDREAU
BNP Paribas Cardif
General Insurance
Corée



NOZOMU NAKAMURA
Japon



KRISTIE HUANG
Taiwan



OUVRIR DE NOUVEAU CHAPITRES POUR NOS PARTENAIRES

6



OUVRIR DE NOUVEAU CHAPITRES POUR NOS CLIENTS

16



OUVRIR DE NOUVEAU CHAPITRES POUR LA SOCIÉTÉ ET NOS COLLABORATEURS

26

Merci à tous les collaborateurs et partenaires qui ont contribué à la production de ce rapport.

Édition et rédaction : Direction de la Communication de BNP Paribas Cardif.

Conception, création, rédaction et réalisation : bearideas

Crédits photos : Yves Durand, Sébastien Leban, Caroline Le Roux Moreau, Massimo Miolli, Fabio Nunes, GettyImages®, Unsplash®.

382 983 922 RCS Paris Société anonyme au capital social : 149 959 051,20 euros.

Version e-accessible par  ipedis



**BNP PARIBAS
CARDIF**

L'assureur d'un monde qui change

SIEGE SOCIAL
1, boulevard
Haussmann
75009 Paris
France

BUREAUX
8, rue du Port
92728 Nanterre
Cedex
France

