

SE TRANSFORMER QUAND LE MONDE CHANGE

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022



**BNP PARIBAS
CARDIF**

L'assureur
d'un monde
qui change



“ Notre devoir, en tant qu’assureur, est de savoir répondre à ces bouleversements en prenant en compte vos nouvelles attentes ainsi que celles de vos clients. ”

SE TRANSFORMER DANS UN MONDE QUI CHANGE



Pauline Leclerc-Glorieux
Directrice générale de BNP Paribas Cardif

2022 a démontré la résilience du modèle de BNP Paribas Cardif. Année ambitieuse, où nous avons continué à enrichir notre proposition de valeur et à améliorer l'expérience client ; année complexe, où nous avons assuré continuité opérationnelle et croissance durable de notre résultat dans un contexte inédit combinant Covid-19, conflits armés et tensions géopolitiques ; et année avec nos partenaires, où la confiance a plus que jamais été au cœur de notre modèle partenarial, comme en témoigne la centaine de partenariats gagnés ou renouvelés.

Nous l'avons constaté : le monde évolue rapidement, vos clients aussi. Le contexte de la pandémie a notamment accéléré diverses tendances de fond, qui continuent de transformer la façon dont les individus appréhendent les risques et leur manière de se protéger. Notre devoir, en tant qu'assureur, est de savoir répondre à ces bouleversements en prenant en compte vos nouvelles attentes ainsi que celles de vos clients.

C'est justement pour répondre à ces nouveaux besoins et continuer à accompagner votre transformation au sein d'un monde en rapide évolution que nous avons posé les bases d'un nouveau plan stratégique en début d'année 2022.

Ce nouveau plan s'articule autour de trois piliers : G (Growth), T (Technology),

S (Sustainability). Nous avons pour ambition d'être un moteur de croissance pour vous, tout en restant fidèles à notre *business-model* partenarial – dont la pertinence est réaffirmée par votre confiance, qui nous honore, et en restant fidèles à notre mission, celle de rendre l'assurance plus accessible. Pour atteindre notre objectif, nous voulons à la fois capter les nouvelles opportunités de croissance du marché de l'assurance, nous adapter aux évolutions de comportements des consommateurs et avoir un impact positif sur la société.

Growth, ou comment garder le cap sur notre objectif de croissance

Se concentrer sur notre objectif de croissance, c'est à la fois renforcer nos positions en épargne et en protection partout dans le monde, mais aussi partir en quête de nouvelles opportunités. C'est continuer à vous accompagner en développant de nouveaux produits à vos côtés, notamment des écosystèmes de services. C'est également consolider nos parts de marché, par exemple en assurance emprunteur ou en épargne et retraite, et nous développer sur de nouveaux segments comme la maintenance automobile ou l'assurance des animaux domestiques. Enfin, c'est travailler avec de nouveaux partenaires innovants, principalement dans le domaine de la tech et mettre en place de nouvelles gammes de produits adaptées aux clients de ces partenaires.

Technology, ou l'art de mettre la technologie et l'innovation au service de l'expérience client

Les plateformes digitales sont devenues le point d'entrée essentiel pour s'informer et consommer tous types de biens et services.

En adaptant nos offres à cette tendance et en repensant les parcours clients en ligne, nous changeons la manière d'accéder à l'assurance. Cette démarche implique des changements profonds : simplification de nos produits, capitalisation sur l'intelligence artificielle et automatisation des process, afin de garantir une expérience de qualité à nos clients et partenaires. Nouer des partenariats avec des plateformes de distribution pour offrir des produits d'assurance directement en ligne, proposer des écosystèmes de services qui s'appuient sur le principe d'assurance intégrée, sont autant de manières de nous adapter à cette tendance de fond.

Sustainability, ou la nécessité de démontrer notre impact positif sur la société

Avoir un impact positif sur vos activités, vos clients, nos employés et sur l'environnement et la société en général est devenu une préoccupation essentielle. Les individus intègrent de plus en plus la notion d'impact dans leurs comportements de consommation. La durabilité est, de fait, au cœur de notre proposition de valeur. Nous sommes convaincus qu'il est indispensable de gérer notre activité en combinant performance financière et impact positif. Il s'agit maintenant de poursuivre nos engagements en faveur de la transition énergétique et de continuer à offrir des produits plus accessibles et inclusifs, tout en poursuivant notre politique d'investissement responsable, en allouant à ce titre un milliard d'euros en moyenne chaque année à des investissements à impact positif.

Telle est notre ambition pour les quatre années à venir : grâce à votre confiance et à l'implication de l'ensemble des équipes de BNP Paribas Cardif, nous saurons y arriver !

8 000
COLLABORATEURS

30 MILLIARDS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

247
milliards
d'euros
d'actifs gérés

PLUS DE **30** PAYS

Un **LEADER MONDIAL** sur le marché
de l'assurance des emprunteurs

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

95 % DES ACTIFS⁽¹⁾ DE NOTRE
FONDS GÉNÉRAL FRANCE
ONT FAIT L'OBJET
D'UNE ANALYSE ENVIRONNEMENTAUX,
SOCIAUX ET DE GOUVERNANCE (ESG)

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) En France, en 2022.

SOMMAIRE

01

Growth

6

BNP Paribas Cardif et Volkswagen Financial Services: un partenariat pour une croissance à long terme

8

Apporter plus de valeur à nos partenaires grâce à des solutions d'assurances adéquates

10

Miser sur la technologie et les alliances stratégiques pour améliorer l'expérience client et contribuer à la croissance de nos partenaires

12



02

Technology

14

24 heures avec Benny Lee

16

Concevoir des outils innovants pour optimiser le parcours et la satisfaction de nos clients

18

Améliorer sans cesse nos processus pour apporter plus de valeur à nos partenaires

20

03

Sustainability

22

Qu'est-ce que l'épargne responsable ?

24

Être un assureur responsable et un partenaire de confiance...

26

... ainsi qu'une entreprise et un investisseur engagé

28





Growth

Maintenir notre cap
en nous développant
ensemble



Modèle
partenarial



Expertise
reconnue



Des solutions uniques,
qui répondent
aux besoins de nos
partenaires

D'ici 2025,
BNP Paribas Cardif
entend conserver
un **NPS de 50**
pour ses partenaires



Collaborer avec
les acteurs digitaux



Cultiver
des relations
sur le long terme
et **attirer**
de nouveaux
partenaires

Concevoir des **offres**
innovantes pour mieux
satisfaire nos clients
et partenaires

38 %⁽¹⁾ des personnes
interrogées ne se sentent
pas suffisamment protégées



Une opportunité
de mieux répondre
à leurs **besoins de**
protection

(1) Enquête 2021 de protection, BNP Paribas Cardif et Ipsos.

BNP Paribas Cardif et Volkswagen Financial Services : un partenariat pour une croissance à long terme

Dans cette interview croisée, Sven Kunath, de Volkswagen Financial Services, et Pierre Syssau, d'Icare (filiale de BNP Paribas Cardif spécialisée dans les contrats de garantie et d'entretien), nous parlent de Staymo, une nouvelle coentreprise entre les deux entités. Tous deux nous expliquent les raisons de ce partenariat, ses atouts pour les deux acteurs, et leurs ambitions d'avenir.

Pour commencer, pourriez-vous vous présenter brièvement ?

Sven Kunath (SK) : Bien sûr ! En tant que Vice-Président de Volkswagen Financial Services, je supervise l'activité flottes du premier fournisseur de services financiers automobiles d'Europe, activité qui est en plein essor.

Pierre Syssau (PS) : Je suis Directeur général adjoint d'Icare, le centre d'expertise de BNP Paribas Cardif spécialisé dans les garanties panne mécanique et les contrats de maintenance. Je suis également Directeur de Staymo, la coentreprise lancée en 2022 avec notre partenaire de longue date, Volkswagen Financial Services.

BNP Paribas Cardif entend y jouer un rôle actif, notamment à travers sa filiale Icare. L'industrie automobile est confrontée à des enjeux de fond : nouvelles énergies, digitalisation, véhicules connectés et autonomes... En parallèle, les comportements des clients évoluent. Ces changements créent des défis et des opportunités. En parallèle, tous les acteurs cherchent à se rapprocher le plus possible du client final.

SK : Nous entrons dans une ère où l'accès aux véhicules devient plus « flexible », au détriment de la propriété pure et simple. Le groupe Volkswagen s'est donc fixé pour objectif de devenir une société de mobilité axée sur les logiciels, via sa stratégie NEW AUTO. Chez Volkswagen Financial Services, notre mission est de développer une interface digitale qui facilite et accélère l'accès à la mobilité pour le client.

LE PARTENARIAT

Comment évolue le monde de la mobilité ?

PS : La mobilité est un enjeu clé de la stratégie du groupe BNP Paribas.

« Notre modèle opérationnel couvre tous les véhicules, quelle que soit leur marque, un atout essentiel pour Volkswagen Financial Services. »

Pierre Syssau, Directeur général adjoint d'Icare



« Grâce à Staymo, nous pouvons élargir encore davantage notre réseau de garages sur l'activité multimarque, et fournir à nos clients de meilleurs processus, pour plus de compétitivité. »

Sven Kunath, Vice Président de Volkswagen Financial Services



Pourquoi avoir mis en place ce partenariat ?

PS : Tout d'abord, il s'inscrit dans un partenariat global et à long terme, puisque les deux entreprises collaborent depuis 2001.

SK : Volkswagen Financial Services a des objectifs de croissance ambitieux dans le secteur des flottes automobiles. Les solutions d'entretien sont cruciales, car ce sont les services les plus demandés par nos clients. Grâce à Staymo, nous pouvons élargir encore davantage notre réseau de garages de différentes marques, et fournir à nos clients de meilleurs processus et plus de compétitivité.

PS : Chez Icare, nous gérons les garanties de pannes mécaniques et l'entretien pour le compte de nos partenaires, en prenant en charge les problèmes de nos clients. Notre modèle opérationnel couvre tous les véhicules, quelle que soit leur marque, un atout essentiel pour Volkswagen Financial Services. Nous nous appuyons sur notre expertise opérationnelle, mais aussi sur les données de plus de trois millions de véhicules, ce qui contribue à la fiabilité de nos services.

RÉPONDRE AUX BESOINS DES CLIENTS

En quoi Staymo répond-il aux exigences de sa clientèle ?

SK : Les gestionnaires de flotte cherchent à restreindre leur nombre de prestataires, pour gagner en simplicité, en pouvoir d'achat et alléger leurs coûts. Le principe du guichet

unique est essentiel. De plus, la pression sur les coûts s'intensifie. Plus la flotte est conséquente, plus les gestionnaires, nos clients, sont sensibles aux prix. Les grands comptes sont à l'affût d'offres de leasing compétitives sur toutes les marques. Nous devons donc élargir nos offres de leasing et d'entretien aux véhicules extérieurs au groupe Volkswagen.

PS : Aujourd'hui, les clients recherchent plus de diversité. L'expertise multimarque, en tarification et gestion de contrats d'entretien, est ancrée dans l'ADN d'Icare. En un an, Staymo s'est doté des ressources nécessaires pour proposer des solutions d'entretien pour tout type de marques et de véhicules (y compris électriques), à travers un réseau de garages implantés partout en Europe.

SK : Nous pouvons ainsi gérer notre activité multimarque avec le même professionnalisme que pour les marques du groupe Volkswagen. Ce partenariat est une étape cruciale pour gagner, fidéliser et conserver les clients ayant des parcs de véhicules importants. Il sécurise nos ventes des marques du groupe Volkswagen tout en accompagnant notre croissance sur le secteur des flottes automobiles.

PS : Cette coentreprise ouvre aussi pour BNP Paribas Cardif des perspectives captivantes, car nous bâtissons une expertise européenne inédite, main dans la main avec un acteur majeur tel que Volkswagen!

ANTICIPER L'AVENIR

Ce partenariat sera-t-il porteur d'innovation ?

SK : Oui, tout à fait. La mobilité évolue, les exigences de nos clients aussi, nous devons donc continuer à nous développer. Après ce lancement réussi en France, notre principal objectif pour les années à venir sera d'accroître notre présence en déployant Staymo sur les marchés européens des grandes flottes. De plus, nous envisageons d'étendre notre gamme à de nouveaux domaines, tels que le changement de pneus. J'ai hâte de voir le partenariat évoluer au fil des opportunités qui se présenteront.

PS : Je suis d'accord à 100%, Sven. Staymo est naturellement innovant dans son approche. Je suis convaincu que cette coentreprise deviendra un pôle d'expertise pour l'entretien des flottes et qu'elle générera une foule de données précieuses pour tous les modèles de voitures, quels que soient le réseau et le pays. Cette approche centrée sur la data permettra de nouveaux cas d'usage, qui pousseront à l'innovation. Ainsi, nous pouvons améliorer les opérations actuelles en automatisant par exemple la validation des sinistres à partir d'analyses préétablies. Et nous pourrions fournir de nouveaux services, dont la maintenance prédictive, qui s'appuie sur le comportement de conduite pour anticiper le degré d'usure du véhicule. L'avenir est plein d'opportunités!

Apporter plus de valeur à nos partenaires grâce à des solutions d'assurances adéquates

Croissance • Partenariats • Produits clés • Développement

Les besoins de nos partenaires évoluent sans cesse, tout comme les attentes de leurs clients. Pour y répondre, nous transformons nos processus et solutions afin de fournir des produits simples, accessibles, innovants et à forte valeur ajoutée, via une expérience client omnicanale.

Nous aidons ainsi nos partenaires à accroître leurs chiffres d'affaires et à cibler plus de clients, en intégrant la meilleure offre d'assurance, afin d'allier naturellement les produits et services de BNP Paribas Cardif et ceux de nos partenaires.

Ajouter de la valeur à nos solutions d'assurance, pour nos partenaires et clients

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Simplifier la souscription et la gestion de sinistres à l'aide de services exclusifs intégrés



Les clients souhaitent pouvoir souscrire facilement aux offres et, en cas de sinistres, les déclarer avec la même simplicité. En République tchèque, nous avons donc revu tout le parcours client, mobile et Internet, de l'écosystème bancaire **Moneta Money Bank**. Quelques minutes suffisent pour souscrire à notre solution CPI 3.0. Un vrai gain de temps et d'efficacité pour nos partenaires et clients, avec un minimum d'exclusions, une meilleure couverture des risques (perte d'emploi pour les professions libérales et les travailleurs à l'étranger, etc.), rendant ainsi l'assurance plus accessible. De plus, une nouvelle application en ligne permet de consulter un médecin à distance 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, par chat ou appel vidéo, avec un diagnostic et la délivrance d'une ordonnance. Cette offre est unique sur le marché : nous sommes les premiers à proposer ce type de service intégré gratuit. Enfin, la gestion de sinistre

a été accélérée à l'aide d'API (Application Programming Interfaces) qui fluidifient l'expérience client. Ces nouveaux services incarnent une assurance emprunteur nouvelle génération : souscription simplifiée, couverture élargie et déclaration de sinistre facilitée.

BELGIQUE

Une expérience 100 % digitale pour les courtiers et des produits de qualité pour leurs clients



Digitaliser à 100% l'expérience du courtier, facilitant ainsi le parcours client en matière de garantie hypothécaire : en Belgique, c'est désormais chose faite. Nous avons en effet prolongé l'accord signé en 2005 avec notre partenaire, l'institution financière belge **Record Credits** (Record Bank).

À ses côtés, nous garantissons l'accès à des produits de haute qualité, à prix très compétitif, et améliorons les relations entre les courtiers et notre partenaire, grâce à des processus simplifiés et à un soutien commercial dynamique.

Hypo Protect, notre assurance de crédit

immobilier, offre une protection en cas de décès, d'invalidité et de perte d'emploi, ainsi qu'un deuxième avis médical exclusif et une assistance dédiée.

BRÉSIL

Partager notre expertise et créer des synergies pour accroître les revenus et le taux de pénétration



En partageant notre expertise en produits d'assurance, segmentation, analyse, gestion digitale et commerciale, nous aidons nos partenaires à consolider leur taux de pénétration, et donc leurs revenus. C'est pourquoi nous avons signé avec la banque **BRB Banco de Brasília** un accord stratégique pour améliorer les performances de son programme de protection.

Ce partenariat consolide les perspectives commerciales de BRB pour les 20 ans à venir, dans la distribution de produits d'assurance (emprunteur, décès et accident, protection des moyens de paiement, assurance personnelle...) sur ses canaux au Brésil. BRB compte plusieurs lignes de crédit et un réseau d'agences solide. La banque affiche un essor digital rapide auprès de différents segments de clientèle (revenus faibles à élevés, entrepreneurs, fonctionnaires, etc.). Ce partenariat contribue à rendre l'assurance toujours plus accessible.



Aider nos partenaires à préparer l'avenir de leurs clients

FRANCE

Construire un écosystème digital de services pour mieux préparer la retraite

Pour permettre à nos clients de mieux préparer leur retraite, avec une gamme complète de produits et services d'épargne et d'assurance, nous avons créé MonDemain, un écosystème numérique autour de la retraite. Cette plateforme propose une large sélection d'informations pour orienter l'utilisateur vers une proposition d'épargne personnalisée, enrichie de services intégrés. Si nécessaire, elle l'invite à prendre rendez-vous avec un conseiller spécialisé de BNP Paribas. Fin 2022, le site avait accueilli 1 million de visiteurs souhaitant préparer financièrement leur retraite.

FRANCE

Offrir à nos partenaires et à leurs employés des solutions adaptées d'épargne retraite et d'entreprise



Depuis 15 ans, BNP Paribas E&RE développe et distribue une gamme complète de solutions d'investissements retraite pour plus de 26 000 entreprises clientes de toutes tailles en France (soit un total de 1,2 million de salariés). Ce qui en fait l'un des leaders de ce marché très concurrentiel et en plein essor, avec une part de marché dédiée à l'épargne durable deux fois plus importante que sa part globale.

Pour enrichir la proposition de valeur de nos partenaires en tant qu'employeurs, et fournir à leurs collaborateurs des dispositifs d'épargne salariale et d'épargne retraite, **BNP Paribas Épargne & Retraite Entreprises (E&RE)** a développé un parcours digital parfaitement fluide.

L'épargne salariale joue un rôle de plus en plus important dans la stratégie ESG des entreprises et la motivation de leur personnel. Cette activité, 100 % intégrée à BNP Paribas Cardif, est également un acteur engagé et invite les salariés à investir dans des placements durables et socialement responsables, qui ont un impact positif sur l'économie réelle.

ITALIE

Simplifier la personnalisation des produits pour des investissements sur mesure

Aujourd'hui, les clients souhaitent rester actifs, et beaucoup sont à l'aise avec les nouvelles technologies : ils recherchent donc des solutions d'épargne personnalisées, adaptables tout au long du cycle de vie du produit. BNL Private Selection, une assurance-vie exclusive, a récemment été enrichie de nouvelles options sur mesure. Le client peut ainsi définir ses priorités : objectifs d'investissement, niveau de protection ou encore exposition au risque.

Cette solution regroupe, en un seul contrat, différentes méthodes d'investissement selon le profil du client, qui peut ainsi investir dans des fonds généraux et des fonds en unités de compte, selon une approche personnalisée et dynamique.

Protéger tous les appareils pour renforcer la confiance envers le reconditionné

EUROPE

BNP Paribas Cardif s'associe à des marques spécialisées dans la vente de biens électroniques pour mieux assurer les équipements neufs et d'occasion, et consolider la confiance des consommateurs envers les appareils reconditionnés.



Permettre aux clients de bénéficier d'un service de réparation complet pour tous leurs appareils électroménagers, qu'ils soient achetés chez le partenaire ou ailleurs, neufs ou reconditionnés, telle est la nouvelle offre que nous avons lancée avec **Boulangier**, leader français de l'électroménager et de l'électronique. Ce service permet à notre partenaire de toucher et de fidéliser un plus grand nombre de consommateurs.

BackMarket

Pour réduire autant que possible le temps passé sans appareil et améliorer la confiance des clients envers les appareils reconditionnés, nous avons créé un produit d'assurance spécifique avec **BackMarket**, leader du reconditionné. Adapté aux ventes 100% digitales, il comporte très peu d'exclusions et couvre les appareils d'occasion contre les risques quotidiens : casse, vol et même maladresse. Grâce à ce produit, nous accompagnons ce partenaire dans son expansion rapide en Europe, avec six nouveaux marchés déployés en moins d'un an.



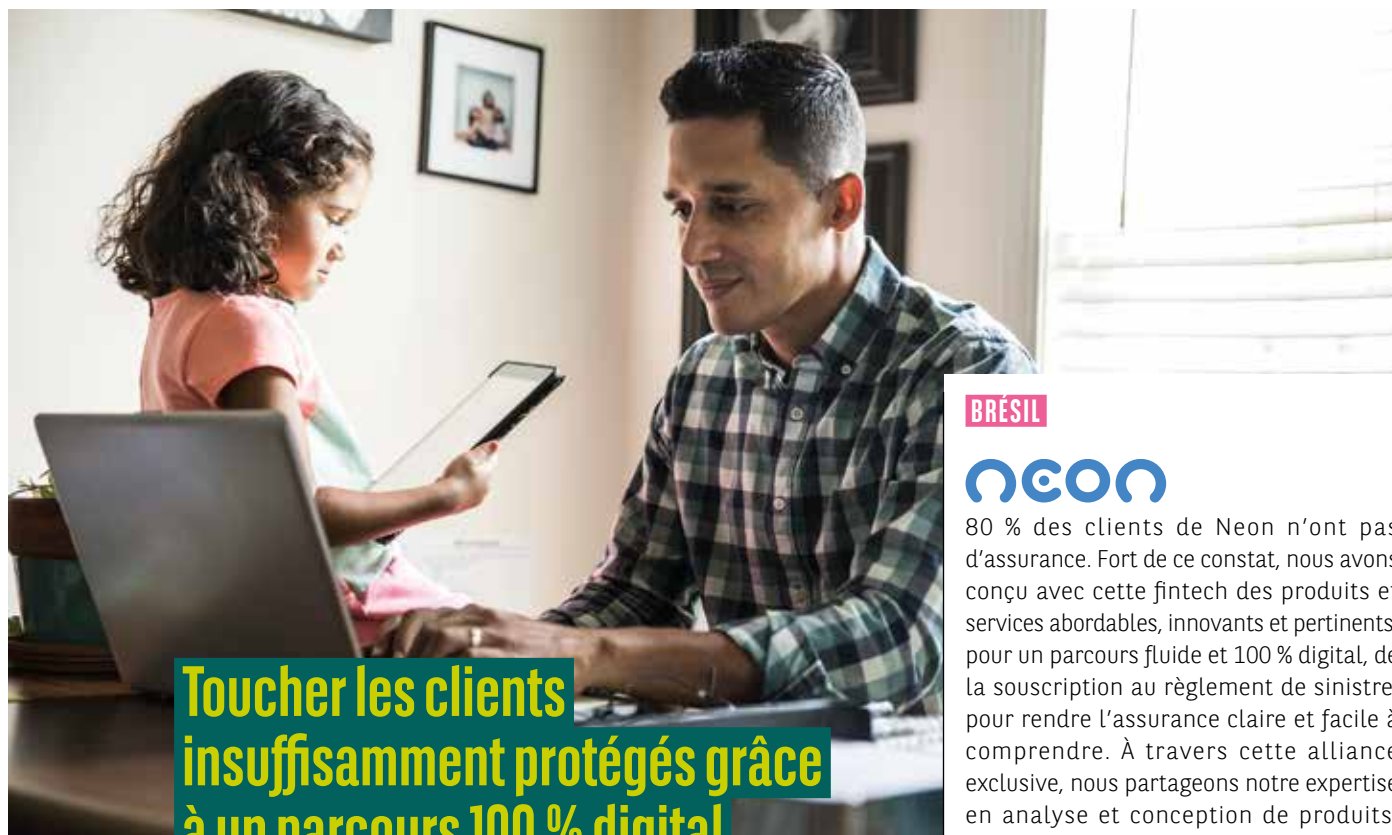
Enfin, en partenariat avec l'opérateur français **Orange**, nous protégeons désormais tout type d'appareil, neuf ou reconditionné, contre les risques du quotidien (oxydation, casse). Le client peut choisir, en ligne, de faire réparer son appareil plutôt que d'en acheter un neuf. Il lui suffit de déposer ou d'envoyer son mobile à un centre agréé ou à une boutique à proximité, où l'appareil sera réparé en moins de deux heures. Dès que le client déclare un sinistre, les conditions de réparation de l'équipement endommagé sont automatiquement déterminées à l'aide d'une technologie adossée à une intelligence artificielle, selon les conditions générales et la situation géographique du client.

Notre maîtrise technique de la chaîne de valeur nous permet de gérer le processus en temps réel. Le client bénéficie ainsi d'une expérience simplifiée et de qualité. En témoigne un NPS qui a continué de croître en 2022, pour atteindre le score de 69.

Miser sur la technologie et les alliances stratégiques pour **améliorer** l'expérience client et contribuer à la croissance de nos partenaires

Croissance • Partenariats • Plateformisation • Écosystèmes

Nous cherchons à offrir à nos partenaires des produits de qualité, qui répondent à l'évolution des besoins de leurs clients. Par exemple, nous les dotons d'outils hybrides pour gérer, sur différents canaux, chaque étape de leur parcours. Cette expérience flexible et transparente rend l'assurance toujours plus accessible. Grâce à notre expertise unique, nous développons de nouveaux types de partenariats, tant avec des *pure players* qu'avec des plateformes en ligne. Nous élargissons par ailleurs notre gamme de produits et créons des écosystèmes digitaux qui renforcent les relations entre nos partenaires et leurs clients.



**Toucher les clients
insuffisamment protégés grâce
à un parcours 100 % digital**

BRÉSIL

NEON

80 % des clients de Neon n'ont pas d'assurance. Fort de ce constat, nous avons conçu avec cette fintech des produits et services abordables, innovants et pertinents, pour un parcours fluide et 100 % digital, de la souscription au règlement de sinistre, pour rendre l'assurance claire et facile à comprendre. À travers cette alliance exclusive, nous partageons notre expertise en analyse et conception de produits, conjuguant nos efforts pour rendre l'assurance plus accessible au Brésil, Neon étant l'une des principales fintechs du pays, avec plus de 15 millions de clients.



Développer des services santé qui alimentent la croissance de nos partenaires et répondent aux besoins spécifiques de leurs clients

MEXIQUE ET CHILI

Créer notre propre écosystème digital de services pour faciliter le quotidien des seniors

Au Mexique et au Chili, notre écosystème pour adultes actifs propose une assurance ciblée pour les retraités, avec des garanties temporaire décès et Invalidité Totale et Permanente (ITP). Spécialement conçue pour les personnes âgées, cette interface en ligne inclut une gamme complète de services qui facilitent le quotidien : taxis gratuits, activités accessibles dans tout le pays, rappels de renouvellement d'ordonnances et des dates importantes (anniversaires et rendez-vous médicaux), formations aux technologies, recettes saines, conseils juridiques, financiers, de cybersécurité ou de santé fournis par des experts.

TAÏWAN

Une application innovante en marque blanche pour renforcer le lien avec les clients

Pour aider ses partenaires à créer du lien avec leurs clients et à les inciter à adopter un mode de vie plus sain, la filiale taïwanaise de Cardif Assurance Vie a créé sa première application en marque blanche. L'interface aide à prévenir les problèmes de santé, prodigue des conseils en diététique et facilite le suivi de l'activité physique. Sur les plus de 3 400 personnes déjà inscrites, 40 % ont recommandé l'application à leur entourage. Cette initiative encourage les réflexes santé et améliore l'engagement des clients.

Déployer l'assurance sur des plateformes digitales pour toucher plus de clients

ALLEMAGNE ET FRANCE

Check24, numéro un des comparateurs en ligne d'Allemagne, compte environ 15 millions de clients. Si jusque-là, le site ne proposait pas d'assurance emprunteur, nous avons uni nos forces pour développer la protection clients, en ajoutant une assurance emprunteur et une garantie hypothécaire sur le site. De plus, les clients peuvent désormais souscrire à un contrat de protection des revenus adapté à leurs besoins.

meilleurtaux

Meilleurtaux est un courtier en assurance, leader en France, doté d'une forte présence en ligne. Solidement implanté en France, il dispose de 360 points de vente et d'une solide plateforme B2C en ligne. Grâce à notre produit Cardif Liberté Emprunteur, ses clients peuvent désormais choisir une assurance de crédit immobilier, dès qu'ils recherchent un emprunt. Avec ce partenariat, Meilleurtaux bénéficie désormais d'une offre de pointe, et ses clients ont accès à une solution de protection plus accessible et inclusive.

T Technology

Capitaliser sur la tech
et l'innovation pour améliorer
l'expérience client



En France, **plus de 80 %** des clients BNP Paribas Cardif obtiennent un ACCORD IMMÉDIAT en ligne pour assurer leur crédit immobilier



Nous investissons dans la **technologie** pour repenser l'achat d'assurance

S'appuyer sur les plateformes pour répondre aux besoins de nos clients et rendre l'assurance plus **simple** et **accessible**

Produits plus simples & outils transparents pilotés par la data et l'expertise IA



parcours client intuitif grâce à l'UX design



meilleure satisfaction client



24 heures avec Benny Lee

Responsable régional Digital & Data Officer, BNP Paribas Cardif en Asie



9h

La plateforme est au cœur de notre proposition de valeur pour nos partenaires. C'est un levier important pour remplir notre mission : rendre l'assurance plus accessible. C'est pourquoi nous avons créé ONESystem, une interface de pointe, centralisée et flexible, qui améliore les capacités techniques et commerciales de nos équipes et partenaires. Cette solution 360° accompagne les entreprises et les clients grâce à des technologies efficaces et à un support technique performant.

Avec ONESystem, BNP Paribas Cardif Taiwan est parvenu à se réinventer en quatre mois à peine, grâce à des fonctionnalités simples et fluides (offre et souscription en ligne, paiement digital...). De plus, le nouveau système rend possible le lancement de produits et l'intégration de partenaires, avec une facilité encore jamais atteinte. Pour comprendre les efforts fournis pour la réussite de ce projet, Benny Lee, Responsable régional Digital & Data Officer chez BNP Paribas Cardif en Asie, nous invite à le suivre pendant une journée avec son équipe à HongKong. Quel est le programme du jour ?

L'un de mes principaux objectifs est de faire en sorte que mes équipes avancent dans la même direction, pour servir nos partenaires plus efficacement. Nous commençons donc la journée en abordant notre plan d'action et les priorités de nos projets. Chaque membre de mon équipe a sa spécialité : architecture ou livraison des solutions, solutions clients ou partenaires, plateforme digitale, marketing... **Et donc son expertise pour accompagner ensemble la transformation de nos partenaires.**

Ce point quotidien est donc crucial pour organiser nos idées, maintenir l'élan de l'équipe et travailler sur les principales problématiques de la plateforme. En tant que manager, je me considère davantage comme un membre de l'équipe que comme un supérieur. Je cherche à instaurer une atmosphère positive et collaborative, où chacun se sent motivé, encouragé à explorer et à apprendre de ses erreurs.



11h

En milieu de matinée, nous avons généralement une réunion téléphonique avec d'autres équipes de BNP Paribas Cardif. Aujourd'hui, c'est avec celle du Japon, pour parler des derniers développements de ONESystem. Cette plateforme unique comporte sept solutions distinctes, toutes étroitement liées. Outre **sa facilité d'utilisation, son expérience utilisateur, sa sécurité et sa stabilité**, ONESystem est configurée pour évoluer rapidement et facilement afin de répondre aux besoins à venir de l'entreprise. La plupart des assureurs conçoivent leurs plateformes de manière fragmentée, **plutôt que de l'envisager de façon holistique**. C'est l'atout majeur de ONESystem, et nous en sommes particulièrement fiers !



Avant de quitter le bureau, j'ai une rapide réunion avec notre équipe commerciale pour préparer une présentation de ONESystem à un nouveau partenaire, la semaine prochaine. J'ai hâte d'en parler à mon équipe ! Ma journée de travail est à présent terminée.

C'est le moment de déconnecter, même si mon esprit vagabonde souvent vers de nouveaux moyens de mettre la technologie au service de notre raison d'être : rendre l'assurance plus accessible. Plus qu'une simple vision d'entreprise, cette mission **m'incite à réfléchir du point de vue du client pour comprendre ses difficultés.** C'est justement la philosophie de ONESystem, et la raison pour laquelle j'ai décidé de rejoindre BNP Paribas Cardif !

18 h 30



“

Nous avons créé ONESystem, une solution de pointe centralisée et flexible, qui optimise les capacités techniques et commerciales de nos équipes et partenaires.

”

L'après-midi, notre partenaire Golden Insurance Brokers nous appelle pour nous faire part de sa récente expérience avec ONESystem. Bonne nouvelle ! « ONESystem est une interface de distribution de polices d'assurance puissante, simple, sécurisée et tout en un », nous confirme Figaro Yang, Directeur des systèmes d'information de Golden Insurance Brokers. **« Elle a été clairement conçue par des experts qui connaissent les utilisateurs et se soucient de leur confort. »** Ce type de retour est toujours agréable à entendre. Cela confirme que le travail de l'équipe a réellement un impact positif.

15 h 30



13 h

Mon équipe prend toujours le temps de déjeuner ensemble. Nous discutons de l'actualité, parfois **des dernières évolutions technologiques et des meilleurs moyens d'en tirer parti dans nos solutions informatiques.**

Le thème du jour, ce sont les cyberrisques. Nous mettons un point d'honneur à **rester à la pointe des tendances financières et technologiques** pour élargir nos horizons et repérer les possibilités émergentes.

Avant d'intégrer BNP Paribas Cardif, nous avons tous travaillé plusieurs années à travers l'Asie, principalement dans **la production de solutions digitales aux clients et partenaires**, ou encore dans l'automatisation des back-office. Nous aimons venir au bureau aussi souvent que possible ; le gain de productivité et d'efficacité qui en découle nous donne la satisfaction du travail bien fait.

Concevoir des outils innovants pour optimiser le parcours et la satisfaction des clients

Technologie • Satisfaction client • IA • Gestion de sinistres

Aujourd'hui, les clients souhaitent bénéficier d'un parcours en ligne fluide. C'est pourquoi nous cherchons à améliorer chaque étape, de la souscription à la déclaration de sinistre. Chez BNP Paribas Cardif, nous nous appuyons sur les nouvelles technologies (IA, plateformes...) pour aider nos partenaires à mieux répondre aux besoins de leurs clients. Car aujourd'hui, une expérience client sans accroc n'a plus rien du simple atout : c'est une évidence.

BRÉSIL, COLOMBIE, POLOGNE ET ESPAGNE

Améliorer le parcours client en réduisant les délais de plusieurs semaines à quelques minutes

Souscrire à une assurance, demander une indemnisation... Toutes ces demandes nécessitent de réunir et de vérifier des justificatifs, pièces d'identité, factures, lettres de licenciement, etc. Or, les documents envoyés par les clients sont souvent des photos de très mauvaise qualité, prises avec le portable. CardX, notre solution maison, identifie la catégorie de document et en extrait les informations nécessaires pour pouvoir répondre aux clients. Spécialement conçue pour se mettre sans cesse à jour avec les derniers modèles d'IA, cette solution perfectionnée par nos *data scientists* est capable de traiter des documents spécifiques à

« Fin 2022, CardX était opérationnel en Pologne, en Espagne, au Brésil et en Colombie, et avait déjà traité **150 000 documents.** »

l'assurance et de gérer des images en basse résolution, là où d'autres solutions du commerce se montrent impuissantes. De plus, CardX obéit à des réglementations strictes en matière de contrôle des risques et de protection des données.

Fin 2022, CardX était opérationnel en Pologne, en Espagne, au Brésil et en Colombie, et avait déjà traité 150 000 documents. Au Brésil, l'outil gère déjà plus de 50 % des documents.





CHILI

Assurer un service rapide grâce à l'Intelligence Artificielle

Pour accélérer l'indemnisation en cas de perte d'emploi et raccourcir le délai, jusqu'à de quelques jours, à une dizaine de minutes à peine, nous avons automatisé la majorité des étapes pour valider automatiquement les demandes. Grâce à l'apprentissage automatique et à une série d'outils embarqués, dont notre propre plateforme en ligne, nos API et nos algorithmes, les demandes peuvent être validées sans intervention humaine, dans la plupart des cas. Toutefois, les réglementations bancaires locales imposent toujours l'approbation d'une personne pour procéder au paiement.

Le processus fonctionnant grâce à une interface en ligne et des API, il est accessible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, avec un taux de disponibilité élevé.

« Les demandes peuvent être validées sans intervention humaine, dans la plupart des cas. »



FRANCE

Aider nos partenaires à mieux protéger leurs clients et à améliorer l'expérience d'achat

Quel que soit le type de produit, les clients recherchent une expérience d'achat et de vente plus simple, rapide et équitable, 100% numérisée. C'est particulièrement le cas pour le marché de l'occasion, où les transactions restent énergivores et souvent stressantes pour les deux parties.

Wylly

Dans l'Hexagone, les ventes de véhicules d'occasion grimpent en flèche, dépassant celles de voitures neuves. C'est pourquoi, avec le startup studio Rainmaking, nous avons lancé **Wylly**, un site de vente aux enchères de voitures d'occasion, qui met en relation particuliers et concessionnaires et les protège.

« Un site de vente aux enchères de voitures d'occasion, qui met en relation particuliers et concessionnaires et les protège. »

Leboncoin

Via notre filiale Icare, nous avons aussi signé un partenariat avec **leboncoin** pour proposer une couverture des pannes mécaniques sur les voitures d'occasion. Allié à l'offre de paiement sécurisé de leboncoin, ce produit protège la transaction entre le vendeur et l'acheteur, ainsi que le véhicule lui-même.

Améliorer sans cesse nos processus pour apporter plus de valeur à nos partenaires

Technologie • Défis commerciaux • Satisfaction partenaires • Innovation

Une expérience client réussie repose sur le bon fonctionnement des processus entre fournisseurs de services. Grâce à notre technologie et à nos connaissances du secteur, nous optimisons nos processus et notre reporting pour aider nos partenaires dans leur gestion de données et leurs prises de décision. Fidèles à notre engagement de rendre l'assurance plus accessible, nous les accompagnons dans l'élaboration de solutions prêtes à l'emploi. Car disposer d'un système fluide, c'est augmenter ses chances d'obtenir un meilleur NPS.

BRÉSIL, CHILI, COLOMBIE,
MEXIQUE ET PÉROU

Optimiser nos solutions et solutions informatiques pour répondre aux besoins précis de nos partenaires

En Amérique latine, pour répondre à l'évolution des comportements et des réglementations, nous proposons à nos partenaires une proposition de valeur forte, incarnée par 10 engagements et 95 services. Nous avons donc lancé One Insurance, qui propose des produits simples, utiles et justes, avec des offres personnalisées, une souscription facile, un règlement des sinistres accéléré, un accompagnement constant, des solutions clés en main et une expertise en *data science*.

En Amérique latine, nous avons optimisé nos solutions informatiques, en migrant progressivement tous nos outils informatiques, systèmes et actifs numériques sur une plateforme centralisée et performante. Nos partenaires pourront ainsi accéder plus facilement à un niveau de services inédit et améliorer l'expérience client.

“One Insurance,
ce sont **10 engagements**
et **95 services.**”





COLOMBIE ET PÉROU

Aider nos partenaires à mieux satisfaire leurs clients grâce à l'analyse des échanges vocaux

Pour protéger la marque de nos partenaires, notre outil d'intelligence artificielle « Call Analyzer » étudie automatiquement jusqu'à 100 % des appels de télémarketing. L'analyse porte sur les produits souscrits, la satisfaction client, les indicateurs de consentement, tout en détectant les ventes abusives, pour améliorer les pratiques et éviter les résiliations d'assurance.

Alimenté par des données spécifiques à l'assurance, Call Analyzer s'applique aussi bien aux appels entrants que sortants. Cet outil très efficace renforce la fidélité client, aide à la formation des agents et améliore les ventes d'assurances, en proposant des produits complémentaires. Notre objectif est de déployer des offres qui répondent aux besoins des clients de nos partenaires, via un processus de vente premium.



MONDE

Donner une nouvelle dimension à nos partenariats en offrant des expériences d'apprentissage uniques

the
cardif
lab .

by BNP Paribas Cardif

Afin d'accompagner nos partenaires et de créer avec eux les services de demain, le **Cardif Lab'** est un accélérateur de transformation et de développement. Pour les engager sur cette voie, nous les invitons chaque année à participer à des *learning expeditions* pour découvrir notre écosystème d'innovation, discuter de nos approches stratégiques communes et définir ensemble nos objectifs d'innovation.

Depuis sa création en 2014, le Cardif Lab' incarne la transformation digitale de l'entreprise (digitalisation, IA, impact, etc.). Cette structure d'innovation s'articule autour de trois axes : explorer, tester et déployer à grande échelle pour accélérer la croissance de l'entreprise. Installé à Nanterre, au siège de BNP Paribas Cardif, cet espace de démonstration immersif invite à explorer l'avenir.

« Pour protéger la marque de nos partenaires, notre outil IA « Call Analyzer » étudie automatiquement **jusqu'à 100 % des appels télémarketing.** »

POLOGNE

Faciliter le reporting de nos partenaires grâce à des tableaux de bord intelligents

Un suivi attentif du parcours client permet de mieux cerner les besoins et d'établir une relation de confiance. C'est pourquoi, en Pologne, nous avons mis au point un système de tableaux de bord intelligents qui permet à nos partenaires et à leurs équipes d'accéder directement, chaque jour, aux données et rapports clients. Ils peuvent ainsi prendre des décisions plus rapides et précises, sur la base des derniers chiffres. Face à la nécessité de suivre le parcours client et de créer de nombreux rapports, l'automatisation et l'industrialisation des processus étaient essentielles.

A photograph of two women painting a brick wall. The woman on the left is wearing a white t-shirt and a yellow cap, standing on a green step ladder. The woman on the right is wearing a white tank top and denim overalls, holding a paintbrush and a white paint bucket. The wall is being painted with various colors including blue, yellow, orange, and black. There are some abstract shapes and patterns being painted on the wall.

Sustainability

Un impératif : avoir un impact positif sur toutes nos parties prenantes

Aujourd'hui, les consommateurs font de plus en plus attention à l'impact de leurs choix de consommation, notamment en matière de lutte contre le réchauffement climatique. Les consommateurs attendent des **actions fortes** de la part d'entreprises capables de faire la différence dans leur quotidien. Nos partenaires sont eux aussi en quête de moyens **plus responsables et inclusifs** pour distribuer des produits d'assurance. Afin de répondre à ces nouvelles attentes et de poursuivre notre mission, nous agissons pour amplifier notre **impact positif** sur la société et l'environnement, en tant qu'assureur, partenaire et investisseur. Depuis 2008, nous avons intégré les critères ESG à nos choix d'investissement, afin d'**associer performance financière et impact positif**. À nos yeux, le développement durable est un moteur de croissance, qui aidera nos partenaires à toucher davantage de clients et à faire bénéficier la société tout entière des avantages d'une **assurance responsable**.

Notre objectif est de contribuer positivement à la société grâce à des **investissements axés sur leur impact, sur la valeur pour le client, l'accessibilité et l'assurabilité**



En 2022,
2,7 milliards d'euros
ont été investis dans des projets à impact positif



Nous nous engageons à investir en moyenne **1 milliard d'euros** par an dans des **ACTIFS À IMPACT POSITIF** d'ici 2025

Qu'est-ce que l'épargne responsable ?

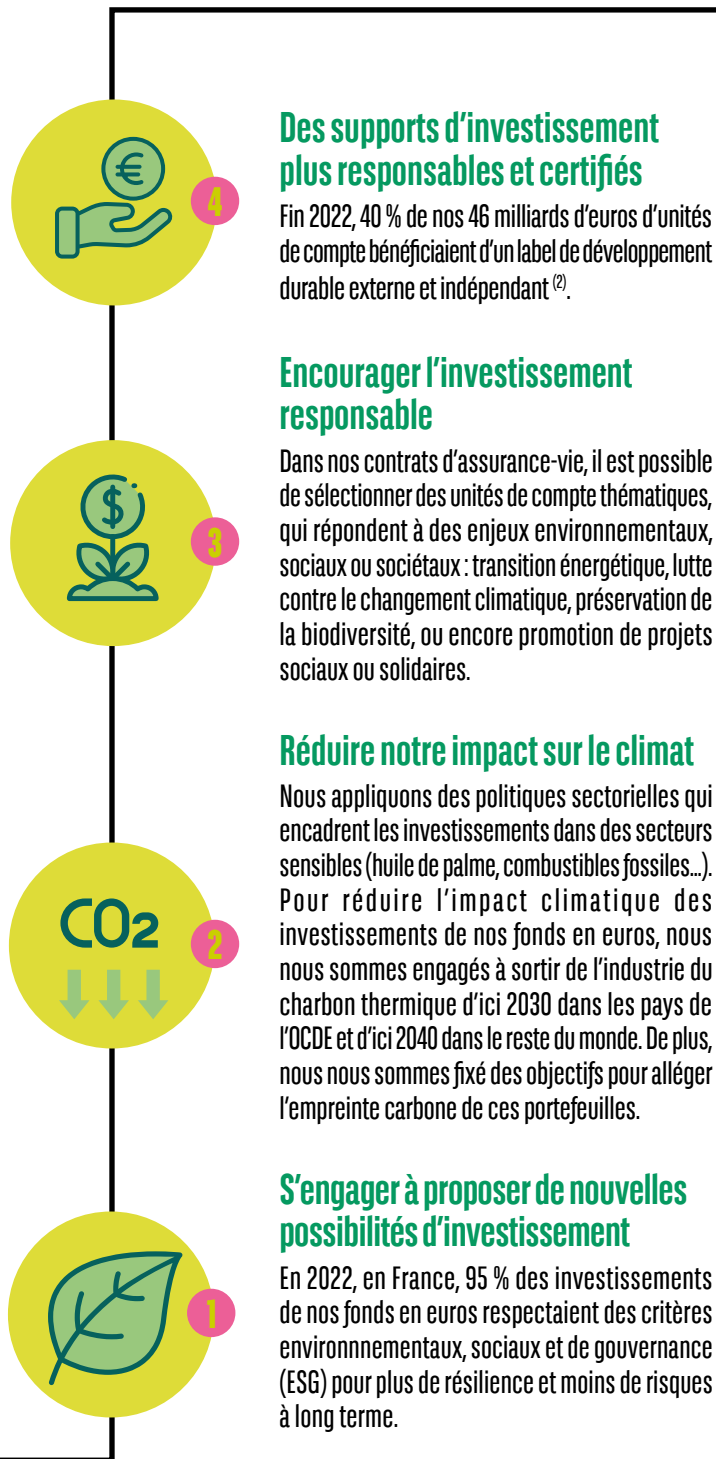
Faire en sorte que l'épargne contribue à un monde meilleur

Les clients confient leur épargne à BNP Paribas Cardif, par le biais de placements en assurance-vie. Cette épargne peut contribuer à un objectif environnemental ou social.

Le marché actuel évolue rapidement, sous l'impulsion des autorités de réglementation et de la société civile. Dans le monde, les investissements institutionnels orientés ESG devraient progresser de 84 %, soit plus de 20 % des actifs sous gestion⁽¹⁾.

Comment agit BNP Paribas Cardif dans sa politique d'épargne responsable ?

Nous avons lancé notre stratégie d'investissement responsable dès 2008. Depuis longtemps, nous sommes convaincus que l'intégration de critères extrafinanciers à notre stratégie de gestion d'actifs est une source de résilience pour l'épargne de nos clients et peut avoir un impact positif sur la société.



(1) Rapport PwC: « Les investissements institutionnels orientés ESG devraient progresser de 84% pour atteindre 33 900 milliards de dollars en 2026, soit 21,5% des actifs sous gestion ». (2) Labels ISR, Greenfin, Finansol, LuxFLAG, FNG Siegel, Towards Sustainability.

En quoi BNP Paribas Cardif est-il précurseur de l'épargne responsable ?

#1 Répondre à la hausse de la demande à Taïwan

Pour répondre à une volonté locale de diversification, Cardif Assurance-Vie a lancé un nouveau produit, exclusivement distribué par la Chang Hwa Bank et lié à un compte d'investissement ESG géré par BlackRock Asset Management. Ce produit offre trois grands avantages aux épargnants : efficacité, responsabilité et priorité à l'innovation technologique, sur des enjeux tels que le changement climatique et la pénurie de ressources.

#2 Une nouvelle étape dans l'assurance responsable au Luxembourg

En 2022, OptiPension + et MyPension + de Cardif Lux Vie ont décroché le label « LuxFLAG ESG Insurance Product ». Ce dernier récompense les produits visant à lutter contre la crise climatique, à s'adapter à ses impacts et répondant à d'autres enjeux environnementaux et sociaux. Ce label, unique en Europe pour les produits d'assurance, conforte Cardif Lux Vie dans son positionnement d'acteur majeur de la finance durable sur le marché luxembourgeois de l'assurance-vie.



Nous nous engageons à agir en faveur d'une société plus durable et inclusive. C'est pourquoi nous œuvrons pour rendre nos offres et services plus accessibles et pour accroître la visibilité de l'impact positif de nos investissements, sur l'environnement et la société.



Nathalie Doré,
Directrice Impact et Innovation
de BNP Paribas Cardif

#3 Célébration des 20 ans de notre gamme de fonds solidaires

Depuis quelques années, l'investissement dans les solutions durables est en plein essor en France, porté par les attentes des épargnants qui souhaitent donner du sens à leurs placements. BNP Paribas Épargne & Retraite Entreprises (E&RE*) est fier d'être précurseur depuis 20 ans, avec ses fonds d'épargne solidaire qui totalisent 2,4 milliards d'euros d'encours, soit 17 % de l'épargne salariale solidaire en France. À travers neuf fonds solidaires gérés par BNP Paribas Asset Management, BNP Paribas E&RE continue de contribuer au développement d'associations et de fondations d'entreprises à vocation sociale, qui mettent en œuvre des projets à forte valeur sociétale.

* BNP Paribas E&RE est une entité appartenant à BNP Paribas Cardif. Elle est spécialisée dans l'épargne salariale et la retraite collective. Voir p. 11 pour plus de détails.

Être un assureur responsable et un partenaire de confiance...

Développement durable • Impact positif • Assistance • Accessibilité

Partout dans le monde, la prise de conscience autour des enjeux du développement durable influence les décisions d'achat de près de 80%⁽¹⁾ des clients. Chez BNP Paribas Cardif, nous sommes fiers de notre mobilisation de longue date auprès de nos partenaires et de leurs clients et de nos actions en tant qu'acteur responsable et engagé dans la société. Nous nous attachons à rendre nos produits toujours plus accessibles en réduisant le nombre d'exclusions dans nos contrats, en incluant les populations vulnérables touchées par la maladie, en nous focalisant sur le service à nos clients afin d'améliorer leur satisfaction. Nous sommes convaincus que le développement durable est un facteur clé de la performance financière à long terme.

PAYS-BAS

Apporter de la valeur aux clients en garantissant des offres immobilières responsables



Pour s'adapter aux spécificités du marché néerlandais et répondre aux attentes de nos partenaires et de leurs clients, nous créons des solutions qui améliorent le parcours client et aident nos partenaires à relever leurs défis commerciaux.

Sur un marché immobilier très tendu, de nombreux acquéreurs néerlandais soumettent une offre sans savoir s'ils pourront obtenir un prêt pour ce montant, s'exposant à un risque financier important. Face à cet enjeu, BNP Paribas Cardif s'est associé à De Hypotheker, l'une des principales sociétés néerlandaises de prêts immobiliers, pour développer la protection de l'acheteur. Un conseiller examine la situation financière de l'acheteur, qui reçoit un certificat stipulant clairement le montant qu'il est en mesure de proposer. Si l'offre est acceptée, la couverture est fournie quelques jours après la signature du contrat. Grâce à cette

protection, le client peut soumettre une offre en toute sécurité. Les futurs acquéreurs savent à l'avance le montant qu'ils peuvent proposer de manière responsable. Ce partenariat apporte une plus-value sociale en garantissant que les clients dépensent en fonction de leurs moyens. Après seulement quelques mois, cette solution a été mise en œuvre dans douze autres grandes associations de courtiers aux Pays-Bas.



TURQUIE, JAPON ET TAIWAN

Intégrer la couverture du cancer pour rendre nos produits plus inclusifs

En tant qu'assureur, il est de notre responsabilité de réduire le nombre d'exclusions de nos contrats pour rendre l'assurance plus accessible, aux côtés de nos partenaires.

Chaque année, environ 18 millions de personnes⁽²⁾ se voient diagnostiquer un cancer dans le monde, ceux du sein et du poumon étant les plus prévalents. Or, même après guérison, cette population vulnérable est relativement peu protégée par les compagnies d'assurances.

À Taiwan, Cardif-Assurances Risques Divers a franchi un cap dans le domaine de l'assurance santé individuelle. Jusque-là, parmi les personnes ayant eu un cancer, seules celles âgées de 30 à 60 ans pouvaient prétendre à nos produits. Désormais, cette limite d'âge a été repoussée à 70 ans, ce qui permet à tous les anciens patients en dessous de cet âge de se protéger financièrement après leur guérison.

Au Japon, BNP Paribas Cardif assouplit les conditions de souscription de son assurance emprunteur avec Cancer Rider, pour que les personnes ayant des antécédents de cancer puissent contracter un prêt immobilier auprès d'une banque, sous réserve de conditions particulières. Il s'agit de la première assurance de ce type dans le pays. Ce produit, désormais disponible auprès de



quatre banques, a reçu le prix « Initiative d'assurance de l'année » lors des Insurance Asia Awards 2022. Cette distinction récompense les assureurs qui innovent de manière significative sur le marché, au profit des clients.

En Turquie, avec notre programme *Precious Women* de soutien financier et psychologique des femmes, nous avons relancé notre couverture « cancer féminin ». En cas de diagnostic d'un des sept types de cancer prévalant chez les femmes, les assurées reçoivent une indemnité forfaitaire.

Après la signature des principes d'autonomisation des femmes du Pacte mondial des Nations unies et d'ONU Femmes par BNP Paribas Cardif, plusieurs améliorations ont été apportées sur cette couverture. Les assurées bénéficient désormais de nouveaux services : mammographies, mini check-up, suivi psychologique, accès à un diététicien, conseils pour une nutrition saine, soins aux nouveau-nés 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, informations à tout moment pendant la durée du contrat.

CHILI

Rendre les produits plus simples et compréhensibles

Rendre les polices d'assurance plus lisibles et compréhensibles pour nos clients est au cœur de notre mission. C'est aussi un facteur de confiance entre nos partenaires et leurs clients. Ainsi, avec Scotiabank en Amérique latine, nous avons réduit de neuf à trois pages les conditions générales de notre protection contre le vol, en passant de quinze exclusions à quatre seulement. Pour les preuves de sinistre, les clients n'ont plus que deux documents à fournir, contre quatre auparavant, ce qui accélère le processus et raccourcit les délais de paiement. Enfin, tous les nouveaux contrats sont rédigés dans un langage simple (niveau B1), comportant moins de jargon technique.



(1) Rapport mondial sur la situation de l'expérience client 2022, CX Network. (2) Observatoire mondial du cancer (mars 2022).

... ainsi qu'une entreprise et un investisseur **engagé**

Développement durable • Impact positif • Soutien • Sensibilisation

Nous sommes engagés dans une démarche d'amélioration et de responsabilisation, et ce, à tous les niveaux de notre entreprise. Précurseurs de l'investissement dans des fonds durables, nous cherchons sans relâche de nouveaux moyens de soutenir des initiatives positives pour l'environnement, la société et nos partenaires.

En tant que partie prenante responsable, nous avons également un long historique d'engagement auprès des entreprises dans lesquelles nous investissons, en les incitant à intégrer toujours plus les critères ESG à leurs stratégies.

EUROPE ET AMÉRIQUE LATINE

Obésité : soutenir les actions de prévention et la recherche médicale

L'impact de l'obésité à travers le monde est sous-estimé. Chaque année, plus de cinq millions de personnes obèses meurent prématurément et d'ici 2030, la moitié de la population mondiale sera en surpoids ou obèse⁽¹⁾. Ceci entraîne une réduction de l'espérance de vie, car l'obésité est un facteur aggravant des maladies cardio-vasculaires (première cause de décès dans le monde) et favorise le diabète chronique, qui est amené à devenir la septième cause de décès sur la planète d'ici 2030⁽²⁾.

Ces maladies entraînent souvent de nombreuses complications. Dans le cadre de notre mission de rendre l'assurance plus accessible, nous avons décidé d'agir pour enrayer la progression du surpoids et de l'obésité, en développant un programme de prévention destiné aux enfants et aux adolescents. Objectif : faire évoluer leurs comportements et ceux de leur famille. Ce projet est encadré par un comité scientifique d'experts. Désormais, nous invitons nos partenaires à s'y joindre, pour mieux faire bouger les lignes.

Dans douze pays, BNP Paribas Cardif soutient le travail de prévention sur le terrain de sept ONG qui répondent à nos critères de fiabilité et d'expertise. Chaque

pays mène des actions adaptées à son contexte et à ses priorités. En Espagne par exemple, la Fondation Gasol a déjà sensibilisé 2 000 enfants à cet enjeu. En Italie, Fare X Bene ETS explique aux élèves et à leurs familles les bienfaits de l'activité physique et d'une alimentation saine. En Allemagne, notre partenariat avec Stiftung Kindergesundheit fournit aux enseignants des outils digitaux d'éducation nutritionnelle. Enfin, dans cinq pays d'Amérique latine, l'Unicef* va étendre ses initiatives grâce à notre soutien. En 2022, plus de 500 000 enfants et leurs familles ont ainsi bénéficié de ces actions de prévention dans les douze pays concernés.



(1) « Notre monde en chiffres », 2019.

(2) « Rapport sur la situation mondiale des maladies non transmissibles 2010 », Organisation mondiale de la santé, Genève, 2011.

* L'Unicef ne soutient aucune entreprise, marque, produit ou service.

MONDE

Consacrer 1 milliard d'euros par an aux investissements environnementaux et sociaux d'ici 2025

Pour concilier le développement de nos activités avec des engagements sociaux et environnementaux forts, nous nous sommes engagés à accroître nos investissements responsables, avec un objectif ambitieux : une moyenne d'un milliard d'euros investis par an, de 2019 à 2025, dans des fonds à impact positif.

Notre engagement pour un impact positif sur la société et l'environnement fait écho à celui des clients de nos partenaires, dont l'intérêt pour ce type d'investissement ne cesse de croître : d'ici fin 2022, 40 % de nos 46 milliards d'euros d'unités de compte bénéficieront d'un label de développement durable externe indépendant.

De plus, nous avons rejoint plusieurs alliances : Principes pour l'Investissement Responsable, Montréal Carbon Pledge, Net-Zero Asset Owner Alliance ou encore Climate Action 100+.



ASIE DU SUD-EST

Développer des alliances avec des start-up pour faciliter l'accès aux services financiers

Pour fournir à nos partenaires des innovations et des solutions commerciales de pointe, nous investissons, *via* nos fonds de capital-risque dédiés C.Entrepreneurs et C.Development, dans des insurtech qui contribuent toutes à rendre l'assurance plus accessible. Ces sociétés développent des services digitaux accessibles et abordables pour les clients de Thaïlande, d'Indonésie, du Viêt Nam, des Philippines et de Malaisie.

L'Asie du Sud-Est représente une opportunité de croissance majeure, car actuellement, seuls 5% de sa population (hors Singapour) sont assurés. Avec l'essor des classes moyennes *digital natives*, les insurtech s'imposent sur le marché en ligne, qui devrait croître d'un tiers d'ici 2025. En nous alliant à ces nouveaux acteurs de l'assurance, nous bénéficions de leurs compétences technologiques et de leurs

connaissances du marché local et, en retour, nous leur transmettons notre expertise. Un accord gagnant-gagnant.



L'insurtech **igloo**, à Singapour, agit dans toute la région. Elle conçoit des produits d'assurance innovants sur des interfaces digitales, avec un mot d'ordre : « L'assurance pour tous ».



Lifepal, leader sur le marché de l'assurance digitale, opère exclusivement en Indonésie et s'adresse directement aux clients *via* son interface.



Qoala dispose de son propre réseau d'agents pour faciliter l'accès de la population indonésienne aux produits de protection. L'insurtech distribue des polices d'assurance sur l'achat de vélos, de voitures, de logements et de produits de santé, *via* sa plateforme omnicanale.



COMITÉ EXÉCUTIF



PAULINE LECLERC-GLORIEUX
Directrice Générale



FABRICE BAGNE
Directeur Général Adjoint,
Responsable France et Luxembourg



STANISLAS CHEVALET
Directeur Général Adjoint,
Transformation et Développement



OLIVIER HÉREIL
Directeur Général Adjoint,
Gestion d'Actifs



JEAN-BERTRAND LAROCHE
Directeur Général Adjoint,
Marchés Internationaux



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



CHARLOTTE CHEVALIER
Directrice de la Proposition
de valeur



PAULINE DE CHATILLON
Directrice de la Conformité



ALESSANDRO DEODATO
Directeur de l'Italie



ANNE DU MANOIR
Directrice des Ressources
Humaines



NATHALIE DORÉ
Directrice Impact et Innovation



CARINE LAURU
Directrice de la Communication



ÉRIC MARCHANDISE
Directeur financier



MICHAEL NGUYEN
Directeur Efficacité, Technologie
et Opérations



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



FRANÇOIS GAZEL-ANTHOINE
Mexique



EDGAR GÓMEZ
Pérou



SHEYNNA HAKIM
Brésil



JORGE HERNANDEZ
Colombie



MARCOS PEÑAILLO
Argentine



SEBASTIÁN VALLE
Chili

EUROPE



FABRICE BAGNE
France et Luxembourg



ÅSA BLESSNER
Europe du Nord (Danemark,
Norvège, Suède)



CHRISTOPHE DE LONGUEVILLE
Belgique et Pays-Bas



ALESSANDRO DEODATO
Italie



ALEXANDRE DRAZNIKS
Luxembourg



MÁRK ISTVÁN KISS
Hongrie



ZDENEK JAROS
Europe centrale



GRZEGORZ JURCZYK
Pologne



CEMAL KISMIR
Turquie



MARIO KOSTOV
Bulgarie et Roumanie



EMMANUEL PELEGE
Ibérie (Espagne et Portugal)



CYRIL PETIT
Icare



NICOLAS PÖRTL
Allemagne



OLEG ROMANENKO
Ukraine



SÉBASTIEN SANCHEZ
Algérie



FLORIAN WALLY
Autriche

ASIE



JOSEPH DAY
Cardif Assurance-Vie
Taiwan (Chine)



NOZOMU NAKAMURA
Japon



JONATHAN OH
Corée du Sud



STÉPHANE ROY
Cardif Assurances Risques
Divers Taiwan (Chine)



YONGTING YANG
Chine


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 : **bea**ri**de**as

Crédits photo : Seb Leban, GettyImages®, Unsplash®.

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

Version e-accessible par  ipedis

Imprimé sur du papier recyclé certifié FSC



**BNP PARIBAS
CARDIF**

L'assureur d'un monde qui change

SIÈGE SOCIAL
1, boulevard
Haussmann
75009 Paris
France

BUREAUX
8, rue du Port
92728 Nanterre
Cedex
France

