

le dossier

LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES UNE OPPORTUNITÉ POUR LE COURTAGE



p.31

LES ACTIONS PLANETE CSCA

Le TECH RADAR, le guide pour choisir sa solution métier !

p.32

REGARD SUR LE COURTAGE

La vision du courtage d'assurance par Anne-Jacques de Dinechin

p.34

EXPERTISES

Durabilité & courtage d'assurance par Marie Betolaud

POUR ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES, VOUS POUVEZ COMPTER SUR MMA

ROBUSTESSE. Deuxième assureur du marché des professionnels et entreprises en France, notre appartenance au groupe Covéa nous confère une des meilleures solidités financières du marché.

PROXIMITÉ. À l'heure où de nombreux acteurs du monde de l'assurance centralisent leurs ressources, nous nous distinguons par notre maillage territorial en France et notre présence dans 150 pays à l'international pour accompagner les entreprises dans la gestion de leurs risques.

CONFIANCE. Face à la complexité croissante des risques d'entreprise, nos équipes agissent en partenaires d'affaires. Elles tissent au quotidien une relation forte avec les courtiers et risk managers dans un esprit de responsabilité.

L'HUMAIN AU CŒUR
DE TOUTES NOS ENTREPRISES
COURTAGE.MMA



ENTREPRISE



31 **LES ACTIONS PLANETE CSCA**

Le TECH RADAR, le guide pour choisir sa solution métier !



7 **le dossier**

LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES, UNE OPPORTUNITÉ POUR LE COURTAGE



32 **REGARD**

La vision du courtage d'Anne-Jacques de Dinechin

4 **ACTUS & BRÈVES REPÈRES & AGENDA**

6 **ÉDITO** de Bertrand de Surmont

8 **LE DOSSIER** **LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES, UNE OPPORTUNITÉ POUR LE COURTAGE**

10 Donner du sens, de l'utilité à l'entreprise en plus de son activité, grâce aux sociétés à mission.

13 **Témoignage : LolaHealth**, le courtier en assurances qui veut faire bouger les lignes

14 **Témoignage : GERP**, Devenir société à mission pour renforcer sa singularité.

16 **ASSURONE**
La RSE dans l'enthousiasme

18 **GRAND EST COURTAGE**
« Notre approche consiste à encourager et valoriser toute démarche positive »

22 **ZEI**
Pour évaluer, piloter & communiquer sur votre démarche RSE

24 **CFDP**
L'entreprise doit-être agissante et utile

26 **IMPACT CLIMAT**
Comment MMA accompagne les industriels ?

28 **RISQUE CYBER**
Comment les cabinets de courtage de proximité peuvent-ils s'en prémunir et conseiller leurs clients ?

32 **EXPERTISES**
Durabilité & courtage d'assurance par Marie Betolaud

48 **FORMATION
PLANETE CSCA RH :**
Des modules sur la RSE en préparation

La Nouvelle Revue du Courtage
SEPTEMBRE 2023
est éditée par PLANETE CSCA
10 rue Auber • 75009 PARIS
Dépôt légal à parution
ISSN 2743-7205

Directeur de la publication : Christophe Hautbourg
Directrice de la rédaction : Sonia Grenon
Rédaction, conception et réalisation : La Lettre Active, Diane de Saint Marc
Impression et routage : PRN
Ne pas jeter sur la voie publique.

ACTUS & BRÈVES

LA FIN DE LA CARTE VERTE

Le Gouvernement a annoncé cet été la suppression de la carte verte d'assurance au 1^{er} avril 2024. À compter de cette date, les forces de l'ordre devront se référer au Fichier des Véhicules Assurés (FVA) pour effectuer leurs contrôles. Ce fichier mis en place depuis 2016 par les assureurs permet de consulter les informations comme le nom de l'assureur, les coordonnées du souscripteur du contrat d'assurance, le numéro de la police d'assurance, la période d'assurance ainsi que les caractéristiques du véhicule.

Les automobilistes pourront cependant garder dans leur véhicule ou stocker de manière dématérialisée sur leur smartphone, une nouvelle attestation, non obligatoire et valable durant toute la durée du contrat, qui reprendra les principales informations concernant leur contrat d'assurance.

À noter les assureurs et les intermédiaires devront adresser les cartes vertes à leurs clients pour l'échéance de janvier 2024.

GOUVERNANCE DES PRODUITS D'ASSURANCE ET RÉMUNÉRATION : L'ACPR PUBLIE UNE RECOMMANDATION

Courant juillet, l'ACPR a publié une nouvelle recommandation sur la mise en œuvre de certaines dispositions issues de la DDA. Cette recommandation, qui s'adresse tant aux concepteurs qu'aux distributeurs, porte sur l'ensemble des produits d'assurance, à l'exclusion des produits élaborés sur mesure à la demande d'un client donné et préconise des bonnes pratiques tant en ce qui concerne la gouvernance/surveillance des produits d'assurance, qu'en ce qui concerne la rémunération et la lutte contre les conflits d'intérêts.

La recommandation sera effective à compter du 1^{er} janvier 2024 ; les conventions assureurs-distributeurs déjà en vigueur à cette date devront être revues au plus tard le 31 décembre 2024.

[CONSULTER LA RECOMMANDATION](#)

 bit.ly/acpr



Connaissez-vous la chaîne Youtube de PLANETE CSCA ?

Vous pouvez y découvrir notre webTV, Le rendez-vous des courtiers, le mag' mais également beaucoup d'autres vidéos : des interventions des acteurs du syndicat, des webinaires d'information, des vidéos de présentation de nos actions, etc.

(RE)DÉCOUVREZ LES SÉQUENCES

 bit.ly/3NMaITD

REPÈRES & AGENDA

LA RSE, UN MOYEN D'AVOIR UNE LONGUEUR D'AVANCE ?

avec **Noël Bauza**, fondateur et CEO de Zei, **Emeric Giron**, directeur associé d'Ethica et **Christophe Hautbourg**, Directeur général de PLANETE CSCA.

(RE)DÉCOUVREZ LE DÉBAT DU RENDEZ-VOUS DES COURTIERS, LE MAG DU MOIS DE MAI DERNIER :

 bit.ly/ytb-leMag



26 et 27 septembre

Patrimonia à Lyon (Centre des Congrès)

5 octobre

Le rendez-vous des courtiers le Mag, la webTV de PLANETE CSCA

10 et 11 octobre

INNN à Niort avec la participation de Christophe Hautbourg, directeur général de PLANETE CSCA à la table ronde « RSE, devenez un acteur à impact positif ! » le 10 octobre

10 au 13 octobre

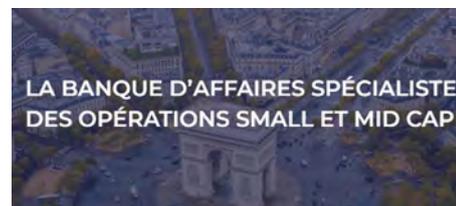
Congrès Réavie 2023

16 novembre

Les Triplettes de la Lettre à Paris

CONSULTEZ L'AGENDA EN LIGNE

 bit.ly/3eORv7h



- **Cession**
- **Acquisition**
- **Levée de fonds**
- **LBO/MBO/OBO**
- **Conseil stratégique**

Largillière Finance, partenaire privilégié de PLANETE CSCA, accompagne les acteurs du courtage d'assurances dans leurs transmissions et leurs opérations de haut de bilan.

CONTACTS



Nicolas Ibanez - Associé
n.ibanez@largilliere-finance.com
Tél. : +33 (0) 6 27 58 37 46



Jean Christophe Pandolfi
jc.pandolfi@largilliere-finance.com



Bertrand de Surmont
Président de PLANETE CSCA

Chères adhérentes, chers adhérents,

Nous voici déjà arrivés en septembre. L'activité reprend et en particulier pour vous courtiers avec le début de la période des renouvellements des contrats à échéance du 1er janvier.

Au sein de PLANETE CSCA, cette rentrée s'annonce également comme très active. Depuis la publication du projet sur la Retail Investment Strategy (RIS) en mai, suivie de la recommandation ACPR sur la gouvernance des produits d'assurance et rémunération en juillet, nous poursuivons notre mobilisation pour défendre le modèle de rémunération par commissionnement. Pédagogie, dialogue, argumentation seront nos guides pour les semaines à venir.

En parallèle nous continuons à vous proposer des services utiles pour la gestion de votre cabinet. Cette rentrée rime ainsi avec acculturation au digital et à ses menaces avec la publication du Tech Radar, pour vous guider dans le choix de votre solution métier d'une part et le nouveau livre blanc Intermedius consacré au risque cyber d'autre part. La digitalisation de nos métiers n'est plus à démontrer mais il est de notre devoir chez PLANETE CSCA de vous y accompagner.

Enfin, nous avons choisi de consacrer ce numéro de La Nouvelle Revue du Courtage à la responsabilité sociétale des entreprises, car il est indispensable que notre profession se saisisse du

sujet. La RSE peut vous sembler loin de vos préoccupations quotidiennes mais croyez-moi c'est maintenant que vous devez vous y intéresser et ce, pour plusieurs raisons :

- Vous devez voir la RSE comme un avantage concurrentiel tant en termes de business que de recrutement. Nous avons tous pris conscience de la nécessité d'agir pour la préservation de la planète : vos clients et vos futurs talents aussi. L'engagement responsable d'une entreprise devient ainsi un critère de choix de plus en plus important,
- Vous avez le sentiment que la réglementation concerne avant tout les assureurs et les grands cabinets ? Certes... mais en tant que partenaires des assureurs, les obligations qui leur incombent vont par ruissellement vous concerner aussi demain. Il est encore temps de se préparer pour ne pas subir.

Pour vous y aider, nous avons conclu un partenariat avec Zei, afin de vous permettre de réaliser votre diagnostic social et environnemental. Nous travaillons également avec PLANETE CSCA RH sur la réalisation de modules de formations spécifiques. Enfin notre équipe juridique et conformité suit avec attention l'ensemble des textes traitant de durabilité pour les analyser et identifier les conséquences pour vos cabinets de courtage. Nous sommes une fois encore à vos côtés pour relever ce défi.

En conclusion, j'aimerais vous dire qu'au-delà des grands principes et de la réglementation, la RSE c'est avant tout « Redonner du Sens à l'Entreprise »... et sur ce point quelle que soit la taille du cabinet nous sommes tous concernés. ●

LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES, UNE OPPORTUNITÉ POUR LE COURTAGE

RSE, trois lettres pour un changement profond d'approche de la stratégie des cabinets de courtage d'aujourd'hui et de demain.

La RSE, c'est la responsabilité sociétale des entreprises ou comment une entreprise – un cabinet de courtage – peut contribuer au développement durable et ainsi assumer la responsabilité des impacts de ses décisions et ses activités sur la société et l'environnement et en rendre compte.

Mais pourquoi ces trois lettres sont sur toutes les lèvres ?

Nous vivons dans un monde interconnecté qui fait face à des défis de taille pour la survie de la planète et la nôtre :

- *Le dérèglement climatique et les événements associés tels la grêle, les inondations, la sécheresse, etc. ;*
- *L'accroissement démographique avec en parallèle la rupture des équilibres entre les générations et leurs conséquences ;*
- *Les risques sanitaires comme nous l'avons vécu avec la crise du COVID ;*
- *Les risques informatiques tels que le risque cyber.*

Ces risques ont entraîné une prise de conscience accrue des citoyens et des entreprises et chacun a son rôle à jouer pour être porteur de solutions et agir pour le développement durable de la planète.

Il ne vous aura par ailleurs pas échappé que sur ces défis, l'assurance est en première ligne pour prévenir et indemniser ces risques... Et si l'on va plus loin, le courtier en tant que conseiller et accompagnateur de ses clients a un rôle stratégique à jouer.

Pour cette raison et d'autres que vous découvrirez au fur et à mesure des pages, nous avons souhaité, dans la continuité du Tour des Régions du premier semestre, consacrer ce numéro de La Nouvelle Revue du Courtage à la RSE : explications, témoignages et outils sont au sommaire de ce numéro 12.

Bonne lecture !

LA RSE : ENTRE PÉDAGOGIE ET PRAGMATISME

Commençons par revenir aux fondamentaux de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) pour en donner une définition et identifier ses enjeux pour des acteurs économiques tels que les cabinets de courtage.

La norme ISO 26000 définit la responsabilité sociétale comme la « responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui :

- Contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société ;
- Prend en compte les attentes des parties prenantes ;
- Respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales du comportement ;
- Est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations. »

Le domaine d'action premier d'une démarche RSE est l'entreprise elle-même qui doit mettre en pratique sept principes de responsabilité sociétale :

- La redevabilité : être en mesure de répondre de ses impacts sur la société, l'économie et l'environnement ;
- La transparence : réaliser une communication claire, exacte, complète et accessible des activités de l'entreprise ;
- Le comportement éthique : conduire son activité selon les valeurs d'honnêteté, d'équité et d'intégrité ;
- La reconnaissance des intérêts des parties prenantes ;
- Le respect de la légalité ;
- La prise en compte des normes internationales de comportement ;
- Le respect des Droits de l'homme.

À la lecture de cette définition et de ses principes, ce qu'il faut retenir c'est d'une part que tout doit partir de l'entreprise elle-même - et plus particulièrement de son dirigeant - et que d'autre part les entreprises sont bien souvent déjà dans une démarche RSE sans s'en rendre compte... Nombre de cabinets de courtage mettent en pratique certains des principes énoncés ci-dessous et ils n'estiment pas faire de la RSE ! Pourtant les enjeux portés par la responsabilité sociétale et environnementale revêtent de plus en plus une dimension stratégique que les cabinets de courtage ne peuvent ignorer.

Un enjeu environnemental

L'enjeu le plus évident est certainement celui qui touche à la protection de la planète. La RSE encourage les entreprises à réduire leur empreinte environnementale en adoptant des pratiques respectueuses de l'environnement. Cela peut inclure la gestion durable des ressources, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, la préservation de la biodiversité et/ou la promotion de l'efficacité énergétique. Un cabinet de courtage n'a pas une activité industrielle polluante mais il peut identifier des axes d'action adaptés à son secteur.

Un enjeu social

Être une entreprise responsable c'est agir pour le bien-être de ses salariés en améliorant les conditions de travail, en promouvant la diversité et l'inclusion, en permettant de progresser par une formation continue. Cela peut également se traduire par un rôle actif au travers d'un engagement associatif et caritatif au niveau local par exemple. Un cabinet de courtage est un acteur des territoires et par ses choix contribue au bien-être de sa communauté.

Un enjeu de réputation

Un cabinet de courtage fait partie d'un écosystème où il interagit avec ses parties prenantes : clients, fournisseurs, collectivités territoriales et autres acteurs locaux, investisseurs, etc. Celles-ci sont de plus en plus attentives aux pratiques RSE de leurs partenaires et leurs attentes peuvent influencer la réputation et la viabilité de l'entreprise. Par conséquent, la transparence et la communication efficaces sur les initiatives de RSE sont essentielles pour gagner la confiance et le soutien de ces parties prenantes.

Un enjeu réglementaire

Même dans le domaine de la RSE, la réglementation n'est jamais bien loin... Il existe des normes internationales, telles que les Principes Directeurs des Nations Unies pour les Entreprises et les Droits de l'Homme et les Objectifs de Développement Durable (ODD), qui sont souvent utilisées comme références pour guider les pratiques de RSE ; mais le secteur de l'assurance a sur ce sujet aussi mis en place un certain nombre d'obligations. Bertrand de Surrmont nous l'a rappelé dans son éditorial, les exigences qui s'appliquent dans ce domaine vont par ruissellement concerner l'ensemble des courtiers dès demain. Cette réglementation va également s'appliquer directement à certains des acteurs du courtage ; nous revenons plus longuement sur ce sujet dans notre rubrique Expertises en fin de numéro.

Un enjeu économique et un avantage concurrentiel

En raison de la prise de conscience accrue des citoyens sur le développement durable, la RSE peut réellement contribuer à la pérennité et à la stabilité économique des entreprises en renforçant leur réputation, en fidélisant leurs clients et en attirant des prospects partageant les mêmes valeurs, ou encore des talents cherchant une entreprise en accord avec leurs convictions. En s'engageant dès aujourd'hui sur la voie de la RSE, un cabinet de courtage va en retirer un avantage concurrentiel garanti et assurer ainsi sa rentabilité.

Il n'est plus temps d'opposer l'économique à l'environnemental et au sociétal ; chaque entreprise doit s'inscrire dans une approche systémique ; la RSE devient de plus en plus indissociable de la stratégie globale de l'entreprise. L'idée n'est cependant pas de s'y jeter la tête la première sans réfléchir. Pragmatisme au regard de son activité et de la taille de son entreprise dans le choix des actions à mettre en place, implication sincère du dirigeant et dialogue permanent avec les salariés constituent les facteurs clés de succès d'une démarche RSE. ●

DONNER DU SENS, DE L'UTILITÉ À L'ENTREPRISE EN PLUS DE SON ACTIVITÉ, GRÂCE AUX SOCIÉTÉS À MISSION.

Quelle est l'origine des « sociétés à mission » ?

Durant les 50 dernières années, les indicateurs majeurs de performance des entreprises ont été le chiffre d'affaires et le résultat. Les dimensions sociétales et environnementales des entreprises étaient bien souvent reléguées à l'arrière-plan et ne ressortaient qu'en cas de crise. Autrement dit, le monde de l'économie était dans une logique du combien sans se préoccuper du comment.

C'est le besoin de sens au travail des jeunes générations, la volonté de créer une dynamique commune entre dirigeants et salariés, et la volonté de trouver son utilité à l'entreprise qui amène le législateur en 2019, à passer du comment au Pourquoi. En effet, depuis cette date, une société peut se doter d'une Mission, d'un Pour Quoi et d'un comment exercer son activité en dépassant le seul objectif de rentabilité, sans l'oublier pour autant.

Qu'est-ce qu'une société à mission ?

C'est une entreprise qui, quelle que soit sa taille ou son secteur d'activité, va vouloir prendre part à la résolution des problèmes sociaux et environnementaux auxquels elle est aujourd'hui confrontée. C'est toujours de sa part, un choix volontaire. Il est important de savoir que ce terme de société à mission n'est pas un label, mais une qualité. Il ne remplace pas sa forme juridique.

Quelles sont les différences entre société à mission et RSE ?

La RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et la société à mission sont des démarches différentes et complémentaires. Une société à mission peut ne pas avoir de démarche

RSE, une entreprise peut avoir une politique RSE et ne pas être société à mission. Cependant, nous pouvons constater que la majorité des entreprises qui sont devenues sociétés à mission avaient déjà initié une démarche RSE.

La RSE nourrit la mission alors que la mission oriente la démarche RSE. La Mission recouvre la dimension stratégique, la RSE détient une partie des outils pour mener la stratégie.

Comment devient-on société à mission ?

Pour devenir société à mission, l'entreprise va devoir respecter cinq étapes :

- Elle devra tout d'abord trouver sa raison d'être et l'inscrire dans ses statuts.
- Elle devra de la même manière, inscrire dans ses statuts, les objectifs stratégiques qu'elle se fixe pour accompagner cette mission. Il en découlera des objectifs opérationnels qui influenceront son activité au jour le jour sur un temps long. La raison d'être jumelée aux objectifs statutaires forment la Mission.
- Elle devra se doter d'un « comité de mission », c'est-à-dire une instance au sein de l'entreprise qui challenge la mission définie. Ce comité de mission peut être composé d'une personne - référente de mission - pour les petites entreprises de moins de 50 salariés. L'entreprise a la possibilité de faire appel à des spécialistes extérieurs, proches de la mission qu'elle s'est fixée, ce qui constitue pour elle un moyen de se doter d'une expertise forte et objective. Ce comité



Franck Morisse
directeur général
de (S)kultur

rédigera un rapport annuel sur la manière dont l'entreprise respecte les objectifs de la mission qu'elle a elle-même définie.

- Ce rapport sera soumis tous les deux ans à un OTI (Organisme Tiers Indépendant) qui en fait l'audit vérifiant si les moyens et objectifs sont bien tenus ;
- Enfin, elle devra déposer les statuts modifiés au greffe du tribunal de commerce.

Pourquoi une entreprise souhaite-t-elle devenir société à mission ?

Elle a en général trois objectifs :

- Remettre du « sens » dans l'entreprise. Une image : trois tailleurs de pierre travaillent sur un même chantier, l'un dit tailler des pierres, le second prévoit de construire un mur, le troisième a l'objectif de bâtir une église. Le travail de ce dernier, parce qu'il a plus de sens, parce qu'il y met plus d'implication, sera sans doute effectué avec plus de soin et d'envie. Les dirigeants des entreprises qui deviennent sociétés à mission, souhaitent ainsi, le plus souvent, aligner leur activité sur leurs convictions.
- Améliorer la « marque employeur » de l'entreprise. À une époque où la jeunesse - génération Y - est à la recherche de sens, les entreprises à mission recruteront sans doute plus facilement des talents que les autres.
- Se fixer un cap. Interroger la finalité et la culture de l'entreprise pour l'ancrer sur le long terme pour pérenniser son activité.

Cela prend-il du temps ?

Oui, généralement de six à neuf mois à hauteur d'une journée par mois, car la définition de la mission est un processus long où chaque mot « pèse lourd », un travail itératif, qu'en général, une entreprise ne peut effectuer seule, sans aide, ni regard ou conseils extérieurs. L'accompagnement du client sera plus ou moins long selon le degré de maturité de l'entreprise sur le sujet. Sans le savoir, toutes les entreprises sont des Monsieur Jourdain de la société à mission, on ne part jamais de zéro ! La définition de cette mission, œuvre forcément collective,

est évidemment capitale puisqu'elle mettra en tension positive la totalité des postes de l'entreprise pour les 10 à 15 prochaines années.

C'est ce conseil qu'offre (S) kultur ?

Exactement. Notre entreprise, créée en 2014, s'est peu à peu spécialisée dans ce domaine. Notre rôle est en effet d'accompagner les chefs d'entreprises pour les aider à définir le cap et tracer la route de leur mission, et « faire ainsi d'une raison d'être, une raison d'agir ». Par notre accompagnement, nous assurons la robustesse de la mission de l'entreprise et sa bonne prise en charge opérationnelle par l'ensemble des parties prenantes. Il faut savoir que si toute entreprise peut facilement se définir « entreprise à mission », elle ne conservera cette qualité qu'en fonction de sa sincérité ! L'entreprise en déficit de sincérité avec la mission qu'elle s'est fixée ne passerait sans doute pas le premier audit par l'OTI, et son image s'en trouverait détériorée. La société à mission doit être incarnée ; sans incarnation, pas de mission durable !

Les entreprises à mission en France ?

Elles sont actuellement plus de 1 200 et représentent un peu plus de 660 000 salariés, un nombre qui augmente chaque mois de manière exponentielle. Elles vont de l'entreprise unipersonnelle au groupe du CAC 40, en passant par les PME et les ETI.

Les entreprises de moins de 50 salariés représentent 81 % des entreprises à mission françaises.

La « Communauté des entreprises à mission », dont Skultur est membre, œuvre chaque jour pour promouvoir cette qualité et pour accompagner les sociétés à mission dans leurs réflexions.

Observatoire des sociétés à missions



bit.ly/OBS-sos-missions

Je suis moi-même « ambassadeur de la communauté des entreprises à mission » pour la région Nouvelle-Aquitaine.

Les courtiers en assurance peuvent-ils être concernés ?

Bien entendu. D'abord, certains d'entre eux sont déjà des sociétés à mission, et par ailleurs, chacun dans son domaine et sa région, peut trouver à son travail une utilité supérieure à son activité de base (dans la prévention par exemple).

D'autres exemples ?

Par le seul fait de leur activité même, les courtiers en assurance sont naturellement attirés par la qualité de société à mission.

Les exemples de déclinaisons de la mission dans le domaine du courtage en assurance peuvent être nombreux. Il conviendra de les adapter pour affirmer la singularité de la raison d'être de l'entreprise qui souhaitera les mettre en œuvre.

Le courtier en assurance peut s'engager à intégrer dans son devoir de conseil la mise en relation de ses clients avec des entreprises locales et engagées en cas de sinistre. Il peut également impliquer davantage ses collaborateurs dans la gouvernance révisée de l'entreprise en particulier dans les PME, assurer une prévention accrue des risques liés aux évolutions climatiques, environnementales et sociétales...

Quel message souhaiteriez-vous faire passer à travers cette interview ?

Il serait de trois ordres ; définir une mission, c'est afficher la singularité de l'entreprise vis-à-vis de ses partenaires assureurs, de ses clients et de ses collaborateurs ce qui lui apporte un avantage concurrentiel (les entreprises ont souvent du mal à préciser ce qui les distingue de leurs concurrentes). En second lieu, ancrée au cœur de sa stratégie, de son modèle d'affaires et de sa feuille de route, la mission renforce l'alignement, la crédibilité et la cohérence de l'entreprise. Enfin, la robustesse de la mission repose avant tout sur la sincérité de l'engagement de l'entreprise.

Pourquoi avoir choisi (S)kultur comme nom de société ?

Parce que face aux entreprises qui nous approchent, nous sommes un peu comme des sculpteurs qui, devant une bille de bois, ne font qu'en extraire ce qui cache la statue, car celle-ci se trouve déjà à l'intérieur ; comme la « mission », la raison d'être d'une entreprise fait souvent déjà partie de ses gènes, à nous de la faire émerger ! ●

LOLAHEALTH : LE COURTIER EN ASSURANCES QUI VEUT FAIRE BOUGER LES LIGNES DE LA SANTÉ EN ENTREPRISE

Au commencement, à la suite de l'épidémie de Covid, les trois fondateurs sont partis d'un postulat : la société a de nouveaux besoins de santé ! Qu'il s'agisse de pathologies de santé mentale, mises en exergue pendant le confinement, de santé féminine ou encore de l'accès aux médecines douces, leur constat est alarmant : les Français ont tendance à renoncer aux soins.

Forts de leurs études puis de leurs expertises préalables et complémentaires en industries, entreprises du tertiaire ou encore au sein de start-up, Claire Trescares, Sixtine Deslandes et Victor Besse ont voulu créer une entreprise qui puisse soutenir et accompagner toutes ces personnes pour rendre leur quotidien plus soutenable.

De fil en aiguille, il leur est apparu que l'entreprise était un vecteur essentiel dans cette démarche : s'occuper de la santé de ses collaborateurs est un levier d'engagement, de performance des collaborateurs. LolaHealth était née. Donner une vision nouvelle de l'assurance santé en entreprise en la rendant plus paritaire et plus inclusive, est son créneau.

Dès le départ, LolaHealth, en identifiant des nouvelles problématiques, s'est donnée une mission : lutter contre le renoncement aux soins chez les collaborateurs et faire des entreprises des acteurs impliqués dans le bien-être physique et mental de leurs salariés.

La raison d'être de LolaHealth s'est définie ainsi : « Construire une société plus juste et égalitaire en développant une solution innovante et inclusive au bénéfice des individus tout au long de leur parcours de vie. »

Dans sa façon de travailler LolaHealth évalue les entreprises avec lesquelles elle collabore.

Ses partenaires doivent correspondre aux valeurs de l'entreprise et de sa mission ; par

exemple, Axa avec Angels, son service de santé destiné à ses assurés, est dans la droite ligne des critères imposés par LolaHealth : une écoute, des réponses de professionnels pour donner des informations adaptées, fiables et personnalisées aux assurés.

Cette sélection s'établit aussi auprès des clients. Certains secteurs d'activité connaissent des pathologies sous-prises en compte ou encore certaines zones géographiques de déserts médicaux nécessitent un réel suivi de santé. Les secteurs de la mode ou de la cosmétique sont très féminins. LolaHealth accompagne les chefs d'entreprises et les services RH pour appréhender cette nouvelle vision de l'assurance et offrir à leurs collaboratrices une approche santé complète et plus juste. En effet, au-delà des garanties classiques, LolaHealth propose des solutions nouvelles comme l'aide aux aidants ou l'accès aux maisons de naissance car le bien-être doit être accessible à tous et la parentalité, par exemple, est une dimension qu'il ne faut plus laisser de côté.

Cette nouvelle vision de l'assurance en entreprise fait de LolaHealth bien plus qu'un courtier. Sa mission guide ses actions pour toujours davantage de cohérence. Son statut de « société à mission » n'est pas un statut de roman : LolaHealth veut faire bouger les lignes de la santé en entreprise. ●



Victor Besse
co-fondateur & associé
de LolaHealth

GEREP

DEVENIR SOCIÉTÉ À MISSION POUR RENFORCER SA SINGULARITÉ

Gerep est depuis fin 2022, société à mission.

Pouvez-vous nous expliquer quel est l'objectif de cette démarche ?

Gerep créée il y a 35 ans, est une société de courtage en assurances spécialisée dans le domaine de l'assurance collective. Nous nous occupons de la mise en place des programmes sociaux (prévoyance, santé, retraite, épargne salariale, détachement, expatriation etc.) dans les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs.

Les 75 collaborateurs de l'entreprise sont répartis sur deux BU distinctes :

- Courtage conseil avec une expertise en consulting, actuariat, communication
- Gestion des prestations qui assurent les remboursements des frais médicaux et la gestion des arrêts de travail.

Pourquoi vous être transformé en société à mission ?

Il y a deux raisons :

D'abord nous travaillons dans l'humain, dans la protection sociale. Nous accompagnons la performance sociale des entreprises afin d'avoir un impact positif pour les salariés assurés. Nous voulions graver dans le marbre notre engagement et notre singularité.

Cet engagement se ressent aussi en interne lors de nos enquêtes d'engagement. Valeurs et Sens sont les deux items qui présentent les meilleures notations ; c'est dire que nos collaborateurs sont alignés sur notre façon d'aborder notre métier.

Ceci nous a permis de créer notre raison d'être, de l'intégrer dans nos statuts et

de définir nos objectifs statutaires et nos objectifs opérationnels.

Quelle est votre raison d'être ?

Développer des solutions et des services innovants et à impact pour contribuer à la performance sociale des entreprises et au mieux vivre des personnes assurées

À travers cette raison d'être, on retrouve quatre thématiques d'objectifs statutaires :

- Performance sociale des entreprises ;
- Mieux vivre des personnes assurées ;
- Participation au débat public pour optimiser l'efficacité de la protection sociale ;
- RSE

L'ensemble de ces objectifs statutaires a été défini avec le CODIR, les collaborateurs à travers des ateliers et le comité de mission présidé par une personnalité extérieure, Hélène Saint Loubert.

En ont découlé, début 2023, une quinzaine d'objectifs opérationnels et leurs indicateurs de mesure.



Margaux Vieillard-Baron
Responsable Marketing et communication et
Membre du Comité de Mission

Pouvons-nous en passer quelques-uns en revue ?

3 exemples pour nos assurés :

- Nous systématisons le simulateur dynamique de remboursement afin que 100 % de nos assurés puissent avoir accès à une information claire, directe et pédagogique.
- Nous étendons également la téléconsultation gratuite sur 100 % de nos contrats afin de faciliter le parcours de soins, notamment dans les déserts médicaux.
- Afin d'accompagner les sujets de bien-être et de risque psychosociaux, nous proposons à nos assurés une licence sur l'application « Petit bambou », spécialisée sur la méditation et la sophrologie.

Pour l'objectif « Performance sociale des entreprises » :

- Nous les aidons à valoriser leur marque employeur et mettons en place des dashboards de suivi et pilotage des contrats.
- Convaincus qu'en tant que courtier nous avons un rôle à jouer dans la prévention des risques, nous les accompagnons également dans leur politique de prévention et relayons auprès d'elles les campagnes gouvernementales qui peuvent avoir un impact sur le bien-être de leurs salariés.

L'objectif « participation au débat public » se traduit pour nous, spécialiste de notre domaine qui avons notre rôle à jouer sur ces sujets de protection sociale, par la rédaction d'articles, des rendez-vous avec des parlementaires ou encore avec des organisations syndicales professionnelles. Nous avons à cœur de contribuer à la valorisation de la protection sociale complémentaire et à l'amélioration de son efficacité.

Enfin, concernant les objectifs opérationnels RSE :

- Nous reprendrons l'exemple de l'employabilité des collaborateurs avec l'extension de l'obligation de formation de 15h par an jusqu'alors réservée aux fonctions commerciales et dorénavant élargie à l'ensemble des équipes ;
- Depuis plusieurs années, une politique zéro papier installée en interne et à l'ensemble de nos clients assurés grâce à une digitalisation complète de nos outils et process ;
- La mise en place et le suivi annuel de notre bilan carbone pour en voir les évolutions et définir les axes de progrès ;
- Sans oublier la formation de l'ensemble des collaborateurs à l'atelier immersif 2tonnes, pour, au cours d'une dizaine de sessions, les sensibiliser aux enjeux écologiques.

Où en êtes-vous au bout de huit mois ?

Les collaborateurs étaient déjà positifs lors des deux enquêtes d'engagement menées depuis 2019. Nous leur avons expliqué notre démarche, pourquoi nous souhaitons devenir Société à mission et sachant que la non-connaissance engendre de la défiance, nous leur avons exposé en détails quels seraient les changements et les impacts de cette transformation. Ils ont adhéré pleinement. La prochaine enquête d'engagement aura lieu fin 2023 ; nous verrons alors comment chacun d'entre eux accueille cette mission et contribue à son succès.

Nous avons eu des démarches similaires avec nos clients et vis-à-vis des assureurs en leur expliquant que ce sont nos convictions fortes, ancrées depuis longtemps dans notre ADN, qui nous ont poussés à vouloir devenir société à mission.

La prochaine étape sera celle du premier bilan. Un rapport de mission sera rédigé par le Comité de mission et un organisme tiers indépendant mènera un audit début 2024 pour vérifier l'application de notre mission et la réalisation de nos objectifs.

Bien sûr nous nous attelons à atteindre ce but car, outre notre satisfaction en interne, notre communication, notre rayonnement, influenceront peut-être d'autres acteurs de notre éco système, clients, assureurs mais aussi nos confrères intermédiaires à eux-mêmes s'engager pour, tous ensemble, créer une dynamique concurrentielle positive. ●

ASSURONE

LA RSE DANS L'ENTHOUSIASME

Depuis 20 ans, AssurOne est le courtier grossiste des mobilités avec deux spécialités : l'Auto jeune et le Risque Aggravé.

Avec trois canaux de distribution, constructeurs automobiles en marque blanche, Assuronline pour le direct et NetVox, pour le courtage de proximité, AssurOne a mis en place une direction RSE dans le but de formaliser toutes les démarches RSE et de structurer une colonne vertébrale agrégeant les actions sporadiques menées par les uns et les autres.

Après avoir établi en 2021 un baromètre auprès de ses presque 400 collaborateurs de l'époque, répartis sur 3 sites à Asnières (92), Pont-Audemer (27) et Amiens (80) (27e bassin d'emploi en France), afin de comprendre leurs attentes et leurs perceptions de la RSE, il a été clair qu'une démarche globale prenant en compte les spécificités de chaque site aurait du sens.

À la question : « Connaissez-vous la RSE ? » 51 % des équipes ont répondu non. Après explications, 91 % ont affirmé qu'elle est indispensable ; 45 personnes se sont portées volontaires pour s'investir.

Mais surtout, cette étude a montré que l'image de la RSE peut être élitiste en ce concernant que trop souvent le PDG, son comex et le responsable RSE.

Il a donc été décidé de travailler sur l'intelligence collective en créant un comité stratégique RSE d'une dizaine de personnes représentant tous les métiers d'AssurOne.

Accompagnés par AssuranceForGood, nous avons mis en exergue trois axes :

- One Team : L'axe social au sens interne du terme. Nous travaillons sur la qualité de vie au travail, la fierté d'appartenance pour donner du sens à son travail
- One Mission : L'axe transmission pour tous ceux qui veulent montrer un nouveau visage de leur métier. Nos collaborateurs ont des profils variés mais l'ensemble souhaite partager ses connaissances pour permettre à certains de trouver une carrière, un nouveau souffle et de changer in fine la vision du secteur.
Nous travaillons sur notre image de société à transmission avec l'IFPASS ou l'AMUP mais cet axe d'éducation est de donner sa chance aux personnes en leur enseignant de nouvelles compétences.
- One Planet : L'axe écologique car même venant du monde du digital, nous avons encore des progrès à faire sur ce sujet. Nous pouvons aller plus loin sur notre engagement carbone ou le numérique responsable par exemple.

À partir de ces trois axes, quatre chantiers collectifs par axe ont été définis pour mettre en exergue 3 valeurs : l'imagination, le collectif et l'intégrité, et un manifeste a été rédigé.



Alexia Lefevre
Directrice
Communication et RSE
chez AssurOne

Chaque chantier est mené avec 4 ou 5 collaborateurs qui s'engagent à participer à un projet qui va bien au-delà de leur métier et de leur vie quotidienne tout en leur permettant de rencontrer les collaborateurs des autres sites. En voici quelques exemples :

One Team : Le parrainage

Chaque nouvel entrant est accompagné le jour de son arrivée par un collaborateur pour éviter la dissonance cognitive : le fossé entre ce qui a été dit ou compris en entretien et la réalité lors de l'intégration du salarié.

Il est accompagné par un collaborateur parrain ayant les mêmes goûts, énergies que lui, qui le suivra pendant 3 mois. Cette personne extérieure à son service sera là pour lui répondre, le rassurer, le conseiller de façon tout à fait confidentielle. L'information doit ainsi mieux circuler et nous devons créer plus de liens inter-équipes.

Les autres chantiers réalisés sont : événementiel interne responsable, le focus diversité et inclusion avec le handicap.

One Mission : Bâtir une offre durable en réfléchissant à comment mieux accompagner nos assurés, nos partenaires via des parcours plus inclusifs, des offres plus engagées pour la préservation de la planète (comme avec la mobilité douce par exemple) et en formant aux mieux nos collaborateurs pour les faire évoluer professionnellement.

L'autre chantier réalisé est : la rédaction du manifeste et de la mission d'AssurOne.

One Planet : Créer une charte des achats responsables reprenant un certain nombre de critères et demandant aux différents prestataires de la remplir : handicap, localisation, travail des enfants, traçabilité

des fournisseurs, etc. Autant de piliers RSE sur lesquels ils doivent pouvoir s'engager pour travailler avec AssurOne.

Les autres chantiers réalisés sont : la gouvernance achats, la réflexion quant à notre matériel informatique pour laisser plus de place au réemploi, au reconditionnement, le bilan carbone (en cours).

Pour que la RSE existe, elle doit être visible ; pour qu'elle soit visible elle doit infuser partout. Nous essayons donc d'avoir dans chaque service : Tech, Achats, Offre, Juridique, Conformité, QVT, dans chaque action menée, une brique RSE.

Notre vision : avant d'être, certainement à terme, une obligation imposée par l'état, la RSE ne doit pas être une contrainte ; elle a en effet toute la latitude pour être gaie, colorée, entraînant et cette conduite du changement menée par le service de communication va dans ce sens. Avec de l'imagination, du collectif, sur la base de petits réflexes, les bonnes habitudes peuvent être vite prises pour que chacun mette sa pierre à l'édifice Avenir Planète. ●

GRAND EST COURTAGE

"Notre approche consiste à encourager et valoriser toute démarche positive"

INTERVIEW DE CLAUDE CASTEROT

PAR JEAN-PAUL ANCEL MEMBRE DU CODIR DE PLANETE CSCA GRAND EST

La RSE ? Réunion secrète des écureuils ?

Alors que nous sommes au quotidien envahis par des acronymes tels que RGPD, LCB, ORIAS, DDA, ACPR, ENDYA, IPID, n'avons-nous pas l'impression comme M. Jourdain, de pratiquer la RSE sans le savoir ?

Derrière cette mystérieuse abréviation, RSE se cache en réalité, la Responsabilité Sociétale des Entreprises.

Alors est-ce si secret que cela ? Pour en être convaincu j'ai mené ma propre enquête auprès de quelques confrères courtiers.

Loin d'être une réunion secrète réservée aux écureuils, la RSE incarne l'engagement conscient des entreprises envers la société et l'environnement .

Parmi nos confrères qui ont généreusement partagé leur expérience, Claude s'est distingué par un retour rapide et complet.

Impliqué dans le domaine du management , et tourné vers autrui, Claude Casterot, se distingue par son allure sportive, et son sourire perpétuel qui illumine son visage. Fort d'une expérience professionnelle de plus de 30 ans, il est également un acteur engagé dans des initiatives telles que le tiers lieu dénommé « Paddock Academy », ainsi que dans des clubs sportifs, comme le RCH (Rugby Club Haguenau).

Accompagné par une équipe de quinze collaborateurs, il dirige en association 2 agences, situées en ALSACE. Sa philosophie de travail est guidée par une pensée de Saint Exupéry « Seule compte la démarche, car c'est elle qui dure, et non le but qui n'est qu'illusion du voyageur... »



Claude Casterot
Gérant ASSURANCES
CASTEROT - GRAND
EST COURTAGE

Aussi, c'est avec une immense joie que je partage avec vous, ces moments exceptionnels que CLAUDE a gentiment accepté de me consacrer.

Jean-Paul Ancel : La loi Pacte promulguée en 2019, a rendu la démarche RSE pratiquement incontournable, déjà définie par la commission européenne en 2001, à partir de quand avez-vous envisagé de vous engager dans une démarche RSE ?

CLAUDE CASTEROT : À la suite d'un événement personnel en 2017, j'ai donné la priorité à ma posture de manager et je me suis concentré sur la création d'un environnement où le plaisir de venir travailler est fondamental et où le collectif prime.

JPA : Comment décrivez-vous l'engagement de votre entreprise en matière de RSE, et quels sont les principaux domaines sur lesquels votre entreprise met l'accent ?

CLAUDE CASTEROT : C'est l'une de nos priorités, partagée à la fois par la direction et l'ensemble des équipes. Nous sommes fortement engagés dans l'amélioration de la Qualité de Vie au Travail (QVT), ainsi que dans la réduction de notre impact environnemental. Ces initiatives reflètent notre profond engagement à créer un environnement de travail positif tout en contribuant de manière significative à la préservation de notre écosystème.

JPA : Si la RSE repose sur 3 piliers fondamentaux, vous avez envisagé sa mise en place sous 2 angles, d'une part la qualité de vie au travail et d'autre part l'angle environnemental

CLAUDE CASTEROT : L'essentiel est de commencer et de ne pas s'épuiser à courir après trop d'objectifs.

JPA : Comment avez-vous intégré les principes éthiques RSE, dans vos activités et prises de décisions, et qu'avez-vous mis en place pour que les décisions prises soient responsables et éthiques ?

CLAUDE CASTEROT : Nous encourageons nos fournisseurs (hors assurances) à privilégier des produits biologiques tel que le nettoyage et l'électricité verte.

L'acte fondateur de notre engagement remonte il y a 3 ans, lors de l'atelier de « La fresque du climat »¹. Nous cultivons un sentiment de Responsabilité collective en ce qui concerne entre autres les besoins d'éclairage, de climatisation, de transport.

De plus, nous sommes fiers d'adhérer à la charte Alsace Excellence, illustrant ainsi, notre engagement envers l'excellence régionale.

JPA : *Vous abordez le 3^e angle, la dimension économique de la RSE, dans votre relation avec vos fournisseurs, et respectant la charte « Alsace Excellence »*

CLAUDE CASTEROT : Nous promovons cette approche non seulement avec nos fournisseurs, mais également dans l'ensemble de nos relations commerciales.

JPA : *Quelles mesures avez-vous prises pour réduire l'impact environnemental de votre entreprise, et avez-vous mis en place des politiques spécifiques pour promouvoir la durabilité environnementale ?*

CLAUDE CASTEROT : Chaque année, un pourcentage de notre résultat annuel est affecté à une action à impact positif. En 2022, nous avons concrétisé notre engagement en signant une convention avec l'ONF. Cette initiative a permis la plantation de 2 hectares de forêt, soit l'équivalent de 2000 arbres, dans le cadre d'un programme de régénération de la forêt de Haguenau, une forêt classée remarquable.

Nous encourageons activement nos collaborateurs à opter pour des modes de transport plus écologiques. Cela se traduit par des incitations à venir travailler à vélo, ainsi que la prise en charge de leurs abonnements SNCF.

JPA : *Vous intervenez sous les angles économiques et environnemental, mais concrètement comment avez-vous encouragé vos collaborateurs à venir à « vélo » ?*

CLAUDE CASTEROT : Je suis en

première ligne pour montrer l'exemple (fervent pratiquant de la bicyclette, c'est bien plus facile pour moi !) et je mets en valeur les personnes qui franchissent le pas. Nous prenons aussi en charge, comme la loi nous y autorise, les frais de location d'un vélo, à hauteur de 50 %.

Notre approche consiste à encourager et valoriser toute démarche positive, accepter que tout le monde ne fasse pas le même effort. Aussi, nous croyons fermement en l'effet multiplicateur que peuvent avoir ces actions, et nous nous engageons à promouvoir et à respecter les choix de nos collaborateurs.

JPA : *Pouvez-vous nous donner davantage d'informations au sujet de la Journée « team building » ?*

CLAUDE CASTEROT : Il y a 3 ans, nous avons travaillé ensemble sur la « Fresque du climat », moment important qui a marqué les débuts de notre approche en matière de RSE.

Cette expérience a été fondatrice pour toute l'équipe, marquant notre engagement envers la responsabilité sociétale de notre entreprise.

À la suite de cet événement, nous avons d'ailleurs adopté un langage commun et développé une forme de bienveillance mutuelle. Nous reconnaissons que les efforts de chacun ne sont pas identiques, mais nous apprécions nos complémentarités et respectons l'engagement individuel de chaque collaborateur.

JPA : *En intégrant les principes de RSE qu'avez-vous changé dans vos relations avec vos clients et vos fournisseurs, et avez-vous mis en place des initiatives pour encourager vos clients et fournisseurs à adopter des pratiques responsables ?*

CLAUDE CASTEROT : Nous avons choisi de ne plus assurer d'activités dites sensibles.

Nous communiquons avec nos clients

en mettant en avant l'impact et les risques liés à l'environnement.

JPA : *Refus d'assurer des activités dites sensibles, c'est-à-dire ?*

CLAUDE CASTEROT : En ce qui concerne le refus d'assurer des activités qualifiées de sensible, qu'entendons-nous par-là ?

Tout dépend de la position et de la volonté du dirigeant, il est tout à fait possible qu'une entreprise exerce une activité polluante tout en cherchant à s'améliorer et aspirer à une pratique vertueuse à l'avenir.

JPA : *En complément de vos actions professionnelles, quels projets avez-vous mis en œuvre pour contribuer au développement et au bien-être de la communauté locale, et êtes-vous impliqué dans des actions caritatives ou des initiatives sociales ?*

CLAUDE CASTEROT : Absolument, nos efforts sont importants. Nous avons créé un tiers lieu avec pour vision de devenir le point de rencontre de l'entrepreneuriat de l'innovation et de la diversité de notre région. De plus, nous jouons un rôle de parrain au sein d'un incubateur pour les migrants avec SINGA. Notre engagement ne s'arrête pas là, nous sommes également actifs au sein d'un club de service pour contribuer davantage à notre communauté.

JPA : *Je vous présente comme un homme investi, engagé, mouvement associatif, sportif, et vos actions nous le prouvent, aussi, pouvez-vous nous parler de « Paddock Academy » ?*

CLAUDE CASTEROT : Bien sûr je suis ravi de vous parler de Paddock Academy.

Paddock Academy est un tiers lieu que j'ai ouvert, il y a 2 ans, avec la vision de devenir un carrefour dynamique pour l'entrepreneuriat, l'innovation et la diversité dans notre région.

Paddock Academy, va au-delà d'un simple espace physique, c'est un lieu où des esprits créatifs et ambitieux se rassemblent pour partager des idées, collaborer sur des projets et promouvoir l'épanouissement professionnel et personnel.

Notre prochaine initiative consistera à lancer une école de la deuxième chance.

Convaincu que la diversité est source d'innovation et de croissance, nous encourageons les interactions entre entrepreneurs, créateurs, innovateurs. Nous organisons des conférences, des ateliers, des afterworks, pour stimuler les échanges, la collaboration, et renforcer l'écosystème entrepreneurial et avoir un impact positif sur notre région.

JPA : *Avez-vous mis en place des indicateurs et/ou des objectifs spécifiques pour mesurer les progrès réalisés, comment évaluez-vous l'impact de vos actions en matière de RSE ?*

CLAUDE CASTEROT : Pour conserver le logo Alsace excellence nous sommes audités chaque année. C'est un expert indépendant qui se charge de l'audit, sur une journée, à 1 journée et demie.

JPA : *Comment votre entreprise communique-t-elle ses actions en matière de RSE ?*

CLAUDE CASTEROT : Référencé sur le site de Alsace Excellence, notre communication est insuffisante, et nous comptons pour la prochaine année l'améliorer.

JPA : *Les courtiers sont un secteur économiques incontournable de par notre proximité, notre expertise, notre présence au sein de la société, je dirais que nous sommes naturellement inscrits dans une démarche RSE.*

Vous qui avez l'expérience RSE, 2 questions

Tout d'abord quels Conseils donner à un courtier qui veut formaliser sa démarche RSE ?

CLAUDE CASTEROT : Ne pas attendre et d'y aller avec énergie et conviction

JPA : *Dernière question : franchir le pas de la norme ISO 26000 ?*

CLAUDE CASTEROT : Certainement en 2024.

L'assureur des
professionnels
du BTP,
au service des courtiers



Retrouvez-nous sur www.auxiliaire.fr

Bénéficiez d'une gestion personnalisée de vos dossiers, d'une équipe à votre service et d'un espace dédié sur notre site internet.

Contactez-nous au **04 72 74 52 55**
ou courtage@auxiliaire.fr

L'Auxiliaire répond efficacement à toutes les demandes de vos clients :

- Responsabilités professionnelle et décennale
- Flottes automobiles
- Locaux et matériels professionnels
- Polices de chantiers

Au nom du Président de PLANETE CSCA Grand EST, Geoffroy Roederer, et de l'ensemble de son comité, Je remercie vivement Claude CASTEROT pour avoir généreusement répondu à nos questions, suscitant de nouvelles interrogations.

Puissent ce témoignage et cet engagement, servir de déclencheur à chacun, et que chacun apporte sa contribution à l'édification de la RSE : RESPONSABILITE SOCIETALE DES ENTREPRISES. ●



PADDOCK
ACADEMY

¹ La fresque du climat est une association loi de 1901 française fondée en décembre 2018 dont l'objectif est de sensibiliser le public au réchauffement climatique. La sensibilisation se fait au moyen d'un jeu sérieux de renforcement d'équipe où les participants construisent ensemble une fresque résumant les mécanismes du changement climatique tels qu'expliqués dans les rapports du groupe d'experts intergouvernemental (GIEC) WIKIPEDIA.

Assurance & Protection
Épargne & Retraite

abeille
ASSURANCES

Abeille Assurances, votre partenaire en risques industriels

- ▶ Nos inspecteurs entreprise sont engagés à vos côtés afin de visiter et de souscrire vos dossiers.
- ▶ Protéger vos clients industriels et tertiaires en Dommage¹ et Responsabilités Civiles² dans toute la France.
- ▶ Une exigence et un suivi dans la prévention des risques.

Notre engagement :

Accompagnement, écoute et réactivité

Nous contacter :

DirectionCourtageDommage_serv@abeille-assurances.fr

¹ Entreprises ayant un SMP supérieur à 15 M€, un CA supérieur à 5 M€ et des locaux d'une surface supérieure à 4 000 m²

² Entreprises de plus de 3 ans d'existence avec un CA supérieur à 3 M€ et minimum de prime de 2 500€



ZEI

POUR ÉVALUER, PILOTER & COMMUNIQUER SUR VOTRE DÉMARCHE RSE

Sous la pression croissante de leurs collaborateurs, fournisseurs et donneurs d'ordre, et plus généralement, de la société, près de 80 % des entreprises prennent conscience de la nécessité d'entamer une démarche environnementale et sociétale et de le faire savoir.

Il est heureux de noter que sur ce point, entraînée par certaines start-up, la France est relativement en avance par rapport aux autres pays européens. Mais pour faire aboutir cette démarche RSE, il est nécessaire de lever deux freins :

- Un frein technique : comment établir un diagnostic, puis, à, partir de là, comment identifier les enjeux et les axes possibles de progrès, les prioriser, les résumer en indicateurs que l'on pourra piloter pour que tout cela débouche sur un plan d'action engageant en termes de politique et de process.
- Un frein de communication aussi, car une fois la démarche RSE enclenchée, il est essentiel de le faire savoir pour en tirer les bénéfices au niveau de l'entreprise et de son image employeur mais aussi à l'extérieur car l'on sait que l'engagement RSE est attendu.

L'expertise pour dresser un état des lieux et savoir à quel point l'entreprise est durable, éthique et socialement responsable

Dans les deux cas, il est nécessaire de faire appel à des experts. C'est pour répondre à ces deux questions, « comment faire, comment faire savoir », que la plateforme ZEI a été créée. Ce logiciel intuitif et performant est la rampe de lancement à partir de laquelle, en répondant à de courtes questions, les entreprises peuvent être accompagnées dans leur démarche de responsabilité sociale et environnementale.

Un nombre de critères qui s'adapte à la taille de l'entreprise

Dans la pratique, c'est simple ! Une entreprise qui se lance donne deux informations de base : sa

taille et son secteur d'activité. En un clin d'œil, ZEI qui a une base exceptionnelle de 18 spécificités sectorielles par activité*, identifie et priorise les enjeux principaux et leur impact et les traduit en indicateurs simples, ceux-ci étant affectés d'un coefficient tenant compte de l'importance relative de chacun dans l'entreprise. Le tout devient ainsi aisément pilotable. On comprendra bien par exemple que pour un courtier d'assurances, le fait qu'une compagnie d'assurances vers laquelle il oriente ses clients soit déjà très engagée dans sa démarche RSE « pèse » plus lourd que le fonctionnement des moteurs des trois ou quatre véhicules de sa flotte...

Une étape qui révèle des manques mais aussi des performances

C'est une véritable cartographie des enjeux et impacts RSE de l'entreprise qu'apporte ZEI. Elle permet de se concentrer sur les bons indicateurs et met aussi en valeur des actions RSE déjà menées sans réelle prise de conscience. Par



Noël Bauza
Fondateur de Zei

L'expertise et la valeur ajoutée qu'apporte ZEI, cette première analyse est, pour chaque entreprise, l'équivalent d'une mission conseil par un expert. Cette première étape essentielle est un nouveau service que propose gratuitement PLANETE CSCA à ses adhérents.

Harmoniser et piloter son plan d'action

Sur les trois aspects principaux de la RSE (environnement, social, gouvernance), c'est évidemment l'environnement qui offre le plus de possibilités d'amélioration. Le social est déjà très encadré par la réglementation, et la gouvernance est un domaine qui reste encore bien souvent ignoré bien que c'est elle qui permet de structurer la bonne gestion de la démarche RSE. Il peut aussi y avoir une certaine perméabilité entre les domaines « social » et « gouvernance » : par exemple, s'agissant de parité, la parité dans le personnel relève du social tandis que la parité dans le Conseil d'Administration relève de la gouvernance...

L'idée de ZEI est de permettre à chacun d'aller à son propre rythme en l'accompagnant au fur et à mesure pour mettre en place des solutions de bon sens, simples, adaptées et durables proposées dans un catalogue ; les objectifs s'en trouvent plus faciles à atteindre et l'entreprise pourra alors s'engager plus loin en fédérant autour d'elle l'ensemble de son écosystème (collaborateurs, fournisseurs et clients).

Fédérer pour gagner

Afficher sa prise de conscience et sa volonté de faire bouger les lignes puis son nouvel impact, ne peut être qu'une source d'atouts. Vis-à-vis des clients c'est un réel levier de compétitivité ; pour les collaborateurs cela crée ou affirme une fierté d'appartenance, quant aux talents à recruter, c'est un plus non négligeable dans leur parcours de sélection.

Nul doute que ZEI est le partenaire simple, accessible et performant pour gagner en RSE ! ●

18 spécificités par activité, dans 220 activités (+10 tailles d'entreprises).

Soit plus de 500 millions de résultats possibles pour s'assurer que toute entreprise aura un référentiel adapté sur mesure.



FILIALE DE LA MUTUELLE DES MOTARDS

AVEC LE COURTIER DU MOTARD. L'ASSURANCE 2 ROUES : PENSEZ-Y, ET N'Y PENSEZ PLUS !

POUR EN SAVOIR PLUS :
LE COURTIER DU MOTARD 04 67 04 70 16
lecourtierdumotard.fr

Le Courtier du Motard SAS au capital de 40 000 € - RCS MONTPELLIER 514 673 926 - 270, Imp Adam Smith, CS50200, 34479 Perros-Cadix - Courtier en assurances enregistré au registre unique tenu par l'ORIAS sous le n° 09057520

VOYAGEUR

CFDP

L'entreprise doit être agissante et utile

Partenaire de longue date de PLANETE CSCA, vous avez participé au Tour des Régions sur le thème de la RSE ?

En binôme avec Assurance for Good, nous avons participé à des tables rondes pour répondre aux questions des courtiers non seulement sur les contraintes et charges supplémentaires que représenterait la mise en œuvre d'une démarche RSE dans leur cabinet, mais aussi en mettant en avant le rôle social de l'assureur.

Qu'est-ce que le rôle social de l'assureur ?

Il s'agit de se dire que, au-delà de notre mission d'assureur qui est d'accompagner des cibles solvables et stables, nous nous devons d'étendre le plus largement possible le cercle de la protection, donc de jouer notre rôle de bouclier économique et social auprès des personnes fragilisées par la vie.

Agir pour le bien commun c'est utile à tous. L'entreprise a sans doute un rôle providence à jouer.

Pendant très longtemps, CFDP avait défini son rôle comme « faciliter l'accès au droit et à la justice pour le plus grand nombre », dorénavant notre raison d'être est de « s'engager pour une société apaisée » et notre raison d'agir est de « transformer les conflits en accord durable ». Notre engagement s'inscrit dans le cadre de

l'objectif de développement durable (ODD) 16 de l'ONU : « promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques ».

De tout temps CFDP a eu une démarche sociétale forte. Pour autant, la RSE, qui s'impose à tous depuis quelques années, a l'avantage de solliciter, de challenger les entreprises à des actions tout en pouvant les promouvoir par la communication. N'oublions pas que les jeunes font souvent aujourd'hui le choix d'intégrer une société en considération de ses engagements pour le climat, l'environnement ou le bien commun.

Pour toutes ces raisons nous participons depuis sa création à la Fondation Entrepreneurs de la Cité.

De quoi s'agit-il ?

Fondation reconnue d'utilité publique, la Fondation Entrepreneurs de la Cité est née du constat fait par Bruno Rousset, fondateur d'April, qu'un créateur d'entreprise fragile ne contracte pas, faute de budget ou de connaissance des risques, les assurances minimales requises et que son activité et son avenir peuvent en pâtir lourdement. Avec les membres fondateurs (April, AG2R La Mondiale, la Banque Postale, CNP, Evolem, Caisse des Dépôts, Matmut et CFDP), nous avons imaginé la « Trousse de 1^{re} assurance », qui comprend



Laurent des Brest
Président du conseil
d'administration de
CFDP et président
de la Fondation
Entrepreneurs de la
Cité

les garanties de base que toute micro-entreprise devrait avoir dès sa création.

Ainsi, à l'instar du micro-crédit créé par Muhammad Yunus, prix Nobel de la paix en 2006, nous avons développé la micro-assurance à destination des micro-entrepreneurs vulnérables, fragilisés par la vie. Qu'ils soient chômeurs de longue durée, travailleurs reconnus handicapés, personnes vivant des minima sociaux... , nombre d'entre eux sont désireux de sortir de l'assistanat en créant leur propre emploi. Ils sont accompagnés dans leur projet par des associations d'aide à la création d'entreprise (Adie, BGE, Initiative France, France Active, ...) et nous apportons en complément le soutien assurantiel.

Pendant 4 ans, nous les protégeons, les accompagnons pour les aider à passer les écueils de la création en leur proposant des produits d'assurances solidaires et hors marché parfaitement adaptés et des conseils personnalisés.

Cette initiative est tout à fait novatrice en France d'autant qu'elle fédère autour d'un même projet des sociétés d'assurances qui jusqu'alors restaient chacune dans son périmètre. Là, elles ont décidé de se mettre ensemble pour faire beaucoup sans dépenser beaucoup.

Quel est le financement de la Fondation ?

Plusieurs sources existent :

- Les membres fondateurs ont constitué une dotation initiale inconsumptible de 6 millions d'euros dont les placements génèrent des produits financiers.
- La fondation bénéficie également de mécénat privé, notamment d'entreprises d'assurances comme CFDP qui font un don défiscalisé, ainsi que de concours publics.
- D'autre part, et c'est assez exceptionnel pour être souligné, les partenaires qui portent la multirisque

professionnelle, la responsabilité civile professionnelle, ou encore la santé ne conservent pas les résultats excédentaires qui sont réinjectés dans le budget de fonctionnement de la Fondation.

Près de 30 000 micro-entrepreneurs accueillis depuis 2007 et près de 10 000 créateurs assurés. Avec plus de 3 000 adhérents en 2023 (52 % sont des femmes) dont 1 000 nouvelles adhésions, le besoin de couverture des coûts de gestion augmente. Les mécènes doivent être plus nombreux.

Comment élargir ce cercle ?

Albingia, AGEA (fédération des agents généraux d'assurances), Hiscox, sont par exemple de récents partenaires, mais leur implication ne s'arrête pas au don financier. Aux côtés d'Axeria, AG2R, Matmut, CFDP et d'autres, ils apportent un appui fondamental grâce au mécénat de compétences.

En parlant en interne de la Fondation, en expliquant son rôle, en démontrant son impact, ils génèrent parmi leurs collaborateurs des désirs d'engagement qui peuvent aller jusqu'à devenir ambassadeurs de la fondation, avec entre autres missions un rôle de conseil et de formation auprès de nos adhérents. Ainsi, ces collaborateurs se retrouvent sur un sujet qui donne encore plus de sens à leur métier tout en s'ouvrant à d'autres environnements.

On peut aussi souligner d'autres belles contributions : Me Alain Curtet, avocat, met en place un espace juridique gratuit, Polyexpert qui apporte une prestation d'expertise en amont de la signature du bail d'un local. Par ailleurs, l'Agefiph, chargée de soutenir le développement de l'emploi des personnes handicapées, apporte un soutien important en prenant en charge pendant deux ans le coût des primes d'assurances de nos micro-entrepreneurs reconnus travailleurs handicapés, lesquels

constituent plus de 70 % du nombre d'adhérents assurés en 2023.

Comment, selon vous, un courtier d'assurances peut-il s'investir auprès la Fondation Entrepreneurs de la Cité ?

Collectivement ou individuellement, ils peuvent tout d'abord être mécènes financiers moyennant reçu fiscal, en contrepartie de quoi le cabinet peut s'afficher comme contribuant à l'action de la Fondation en soutenant X micro-entrepreneurs vulnérables ou handicapés, et ainsi avoir un retour d'image positif appuyé par des outils de communication de la Fondation comme la newsletter, des vidéos personnalisées, l'exposition itinérante de photos d'entrepreneurs adhérents qu'ils peuvent valoriser dans le cadre d'un événement par exemple.

Mais grâce à notre réseau d'ambassadeurs qui se structure chaque année davantage, les courtiers peuvent aussi s'engager localement ou via des webinaires dans des actions de pédagogie en matière d'assurances, ils deviennent alors mécènes en compétences.

Nous devons tous être des catalyseurs du monde associatif et, pensons-y, on choisit souvent une société partenaire incarnant des valeurs avant de choisir ses produits. ●

IMPACT CLIMAT

COMMENT MMA ACCOMPAGNE LES INDUSTRIELS ?

En avril dernier, Covéa, votre maison mère, a publié un livre blanc intitulé « Risque climatique : quelles préventions ? »

Cette vision se traduit pour MMA par un engagement opérationnel business fort.

Racontez-nous.

La démarche RSE de MMA n'est pas nouvelle. Pourtant, il y a environ un an et demi, alors que le sujet des impacts que pouvait avoir le réchauffement climatique sur les entreprises et, par répercussion, sur les risques assurés par les compagnies d'assurance, n'était pas encore en première ligne de l'actualité, une prise de conscience s'est opérée.

Nous avons donc voulu aller plus loin, chercher, comprendre, pour savoir quelles orientations une entreprise comme MMA devait prendre.

Ainsi, notre volonté est aujourd'hui de nous concentrer sur les risques climatiques directs mais aussi indirects et leurs impacts sur la masse assurable que nous devons assurer par l'intermédiaire de nos contrats d'assurances.

Parlez-nous de ces risques.

Le débat est double.

Oui les compagnies d'assurances doivent faire face à un sujet de résilience des impacts directs de la charge sinistre climat, je pense notamment aux orages de grêle vus en France l'an dernier et qui ont généré des sinistres majeurs jusqu'alors inconnus.

Ces impacts directs génèrent chez MMA une réflexion en termes de modélisation du portefeuille, d'accroissement des risques et de

besoins de primes pour assurer la mutualité des risques à moyen ou long terme.

Nous devons jouer notre rôle d'assureur pour accompagner nos clients sur tous les risques climatiques émergents mais aussi les conseiller pour éviter « l'inassurabilité » de périls spécifiques, ou encore apprendre à faire face à des sujets émergents, par exemple la pénurie en eau, sujet qui n'est pas encore bien cerné mais qui peut être lourd de conséquences sur les processus industriels.

Nous avons ensuite lancé une consultation auprès de nos clients, de nos courtiers partenaires, de spécialistes du climat mais aussi des experts de France Assureurs, pour connaître leurs points de vue sur les mutations en cours.

Les données ont ensuite été approfondies par une étude menée par le cabinet d'ingénierie NALDEO GROUP pour bien comprendre les mutations engendrées par ces nouveaux risques.

Les résultats ont été éloquentes : d'ici à 2050, les dommages liés aux inondations devraient augmenter de 110 % sur l'ensemble du territoire métropolitain, la fréquence des épisodes de sécheresse de 70 % et les orages de grêle de plus de 40 %.

S'ajoutent à ces impacts directs, les impacts indirects et ils sont nombreux.



Stéphane Jean
Directeur des
délégations régionales
entreprises MMA

ET AILLEURS, COMMENT ÇA SE PASSE ?

Quels sont-ils par exemple ? Qu'entendez-vous par impacts indirects ?

Parlons d'abord de l'énergie verte. Nous avons, depuis moins de deux ans, début de la crise énergétique qui ébranle le monde, pris conscience des contraintes qui lui sont liées.

Cette énergie verte doit être stockée et pour cela il y a les batteries.

Or ces batteries au lithium représentent un risque non négligeable d'incendie.

Imaginez un incendie émanant d'une voiture électrique à bord d'un bateau, comme on l'a vu en juillet dernier, ou dans un parking. Les dégâts peuvent être considérables voire dramatiques. Le recyclage de ces batteries induit aussi des risques lourds dont on commence à prendre conscience depuis peu de temps.

Il y a aussi la question de l'eau. Du fait du changement climatique, les ressources sont bien plus faibles que celles disponibles dans le passé. Il va donc falloir que les industries utilisatrices de l'eau adaptent leurs processus industriels, je pense

notamment à l'industrie agroalimentaire. Mais ce n'est pas tout. Réduire sa consommation d'eau ne suffit pas, il faut également la recycler et jusqu'à présent le sujet est peu abordé, or cela deviendra un véritable enjeu industriel pour les clients.

Je voudrais finir en abordant les contraintes liées à la protection des espèces. Faune et flore sont essentielles dans la biodiversité et sont mises en péril par le changement climatique et certaines industries. Nous engagerons prochainement une réflexion sur ces sujets.

Fort de toutes ces données MMA s'engage.

Il nous appartient de poursuivre les investissements nécessaires à la prise en compte de tous ces sujets, et de nous maintenir au bon niveau de connaissance et d'information pour être précis et pertinents dans l'accompagnement des clients. Nous voulons leur proposer une offre de valeur notamment en matière de prévention afin de les accompagner

dans la mutation de leurs dispositifs industriels.

Qu'attendez-vous des intermédiaires d'assurances ?

Nous devons tous ensemble, assureurs et intermédiaires être en phase. Il n'est pas question de mettre de côté les risques dits inassurables. Il est important que les courtiers puissent nous faire remonter les questions de leurs clients, leurs inquiétudes pour faire face à ces nouveaux enjeux. A nous de les écouter, de les rassurer en leur apportant des réponses, des solutions adaptées, sur-mesure, pour, ensemble, assurer le business demain. ●

RISQUE CYBER

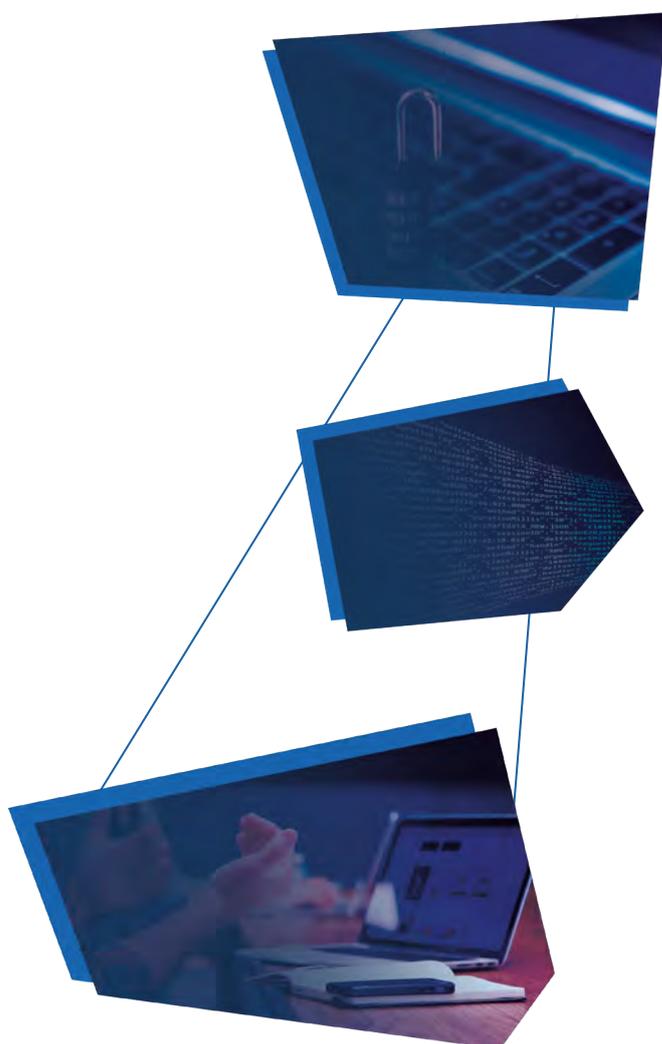
comment les cabinets de courtage de proximité peuvent-ils s'en prémunir et conseiller leurs clients ?

Apporter une réflexion et des pistes d'action sur les enjeux du courtage c'est l'objectif d'Intermedius, le think thank de PLANETE CSCA. Dans ce 5e livre blanc, le laboratoire d'idées s'intéresse au risque cyber devenu une préoccupation majeure dans le monde actuel.

Une vingtaine de personnalités qualifiées ont été interrogées afin dresser un diagnostic de la menace cyber et d'identifier les enjeux et les défis que celle-ci représente pour les entreprises françaises et en particulier le secteur du courtage d'assurances. Il comprend également des recommandations qui constituent autant de pistes pour PLANETE CSCA pour développer des outils et des services à même d'accompagner leurs adhérents sur ce sujet majeur.

L'objectif de ce nouveau livre est de sensibiliser les courtiers de proximité et leur donner les clés pour accompagner et conseiller leurs clients mais aussi se prémunir des attaques dont ils seront l'objet. Car la question n'est pas de savoir si on sera attaqué mais quand !

Le livre blanc « Risque cyber : Comment les cabinets de courtage de proximité peuvent-ils s'en prémunir et conseiller leurs clients ? » est disponible sur le site internet de PLANETE CSCA, rubrique «Nos publications».





5^e livre blanc INTERMEDIUS - PLANETE CSCA 2023

helvetia.fr

**Services.
Online.**

 **HelvetiaNet.**

simple. clair. helvetia 
Votre assureur suisse

Tarification,
souscription,
déclaration de
sinistres ...

ONZE BIS, LE FESTIVAL DU COURTAGE D'ASSURANCE *Le nouveau site est en ligne !*

La deuxième édition du Onze Bis, le festival du courtage se prépare. Première étape : le nouveau site internet.

Sur le site, vous pouvez revivre la 1re édition en parcourant le diaporama photos et retrouver l'intégralité des talks et des challenges de la 1re édition en vidéo.

C'est aussi la possibilité de découvrir les temps forts de la 2^e édition à venir :

- Ceux qui ont fait le succès de la 1re édition : les challenges et les talks
- De nouveaux rendez-vous comme le cocktail de PLANETE CSCA pour lancer la soirée

Le Onze bis, le festival du courtage se déroulera de nouveau à la Felicita, vous pourrez ainsi profiter de la gastronomie italienne et des espaces de coworking tout au long de la journée.

N'oubliez pas de bloquer la date du 6 juin 2024 dans vos agendas !

Pour suivre les dernières actualités du festival, suivez-nous sur les réseaux sociaux



Retrouvez le onzebisfestival sur

in



ONZE BIS

LE FESTIVAL DU COURTAGE
D'ASSURANCE

LA FELICITÀ

5 PARV. ALAN TURING, PARIS XIII^E

COPRODUIT PAR

SERONI



PLANETE
CSCA

LE SYNDICAT DES COURTAGES D'ASSURANCES

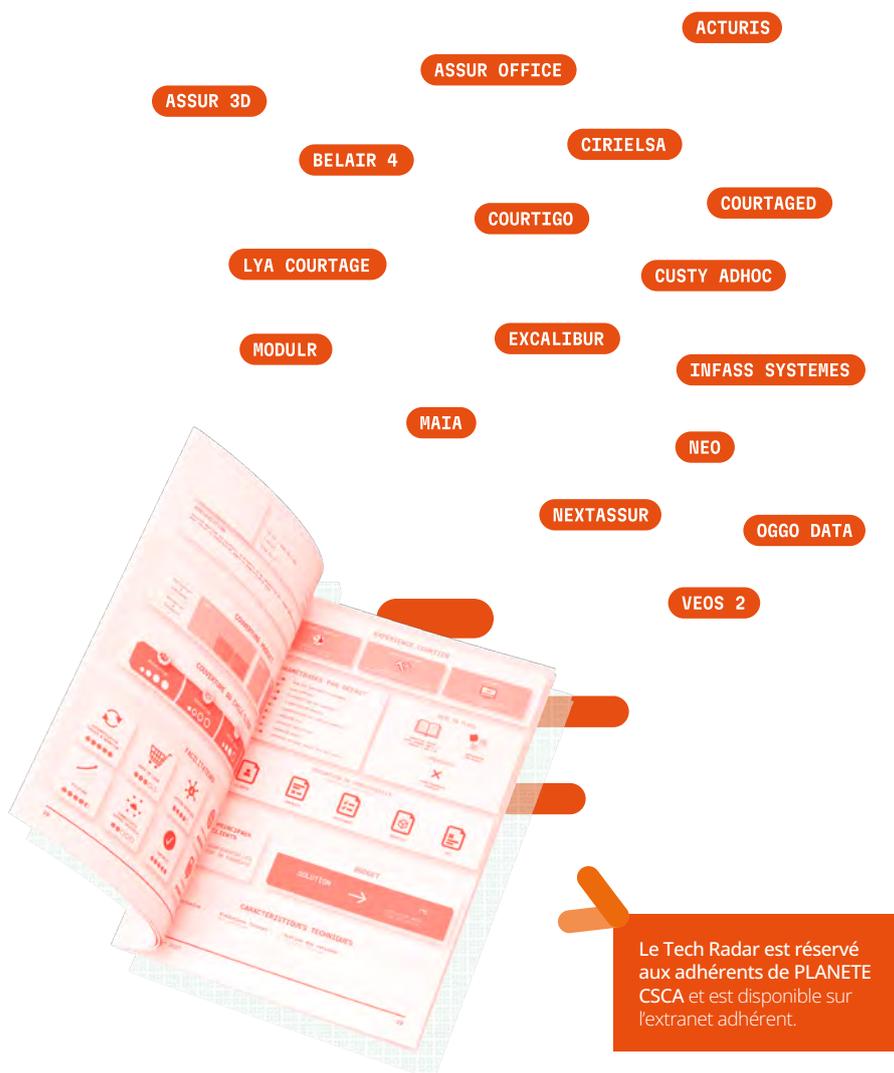
TECH RADAR

le guide pour choisir sa solution métier !

Accompagner les courtiers de proximité dans le choix de leur solution métier, c'est l'objectif du Tech Radar du courtage. Réalisé par le Lab de PLANETE CSCA en collaboration avec le cabinet Eürus Consulting, ce guide analyse 17 solutions logicielles.

Il constitue une aide à la décision indispensable pour tout courtier qui souhaite faire évoluer son activité vers plus d'efficacité en s'équipant d'une solution logicielle.

Les solutions logicielles analysées ont été sélectionnées selon l'indépendance de la solution, le ciblage des courtiers, la spécialisation, l'ancienneté et l'efficacité pour le courtier. Voici la liste des 17 solutions analysées dans le détail :



DEMAIN COMME HIER
NOUS SERONS
TOUJOURS À VOS CÔTÉS



Le courtier est au cœur de chacune de nos actions. C'est ce qui fait et fera toujours toute la différence.

Albingia, compagnie d'assurance française indépendante spécialiste des risques d'entreprises, a choisi de ne travailler qu'avec les courtiers.

Depuis 60 ans, les équipes expertes et passionnées les accompagnent partout en France en leur apportant des solutions sur mesure.

albingia.fr

LA VISION DU COURTAGE DE *Anne-Jacques de Dinechin*

QUELLE A ÉTÉ VOTRE PREMIÈRE RENCONTRE AVEC LE COURTAGE ?

Ancien élève de Polytechnique et diplômé de l'ENSAE, j'ai débuté ma carrière dans l'assurance, chez AXA Global risks, la filiale de AXA, chargée des grands risques industriels. Sur ce marché, la totalité des affaires était apportée par les courtiers qui pour moi, étaient au cœur de l'entreprise puisque seuls fournisseurs du chiffre d'affaires. Par la suite, toujours chez AXA-entreprises, j'ai été responsable de la région Grand-ouest. Amené à travailler plus étroitement avec les courtiers, et à mieux les connaître, j'ai appris à distinguer les bons courtiers, qui ne sont pas forcément les plus bruyants, mais ceux qui connaissent le mieux leurs clients, leur histoire autant que leurs perspectives de développement, et savent le mieux, en fonction de tout cela, apprécier leurs risques, définir les contrats les plus adaptés et les « vendre » aux assureurs.

QUEL CONSEIL DONNERIEZ-VOUS À UN JEUNE FACE AU MÉTIER DE COURTIER ?

Je lui ferais d'abord comprendre que le métier de courtier est utile, car le courtier est là pour protéger son client. Pour une entreprise par exemple, il est utile que les acteurs – direction comme employés – se sachent protégés s'il survient un accident, et que même dans ce cas, leur activité pourra continuer.

La seconde chose véritablement attirante chez les courtiers, pour peu que ce jeune soit un peu curieux, c'est la variété des activités et des métiers auxquels il va avoir à faire. Avec une clientèle variée, il va lui falloir s'intéresser à un très large éventail

de professions, industries, professions de service, chacun dans son environnement, chacun avec ses risques propres que le courtier consciencieux devra analyser pour mieux les prévenir. Peu de métiers donnent ainsi la possibilité de découvrir un tel panel de professions... et de côtoyer des hommes aussi différents, tous passionnés par ce qu'ils font.

De plus, pour ceux d'entre nous qui, comme chez Verlingue, insistons sur l'aspect technique de la prévention des risques ou de la mise en place des couvertures d'assurances, nous apportons une dimension supplémentaire, une véritable valeur ajoutée du courtage, dans la mesure où nos clients ne pourraient pas disposer en interne, à des coûts raisonnables, de cette compétence technique.

C'est un des aspects qu'il faut mettre en valeur auprès des jeunes : en étant confronté en permanence à des activités toujours différentes, à des expériences toujours nouvelles, à un grand nombre de gens, à des cycles longs, à des situations et des risques qui s'inscrivent dans la durée, le courtier reçoit une sorte de formation permanente qui rend les collaborateurs de plus en plus utiles au fur et à mesure qu'ils prennent de l'âge : chacun, par l'accumulation des situations qu'il a vécues et des expériences qu'il a acquises, gagne en valeur jusqu'à la fin de sa carrière.

Et ce qui est vrai pour chacun des collaborateurs l'est encore plus pour le cabinet de courtage qui les emploie ; sa vraie richesse, l'essentiel de son capital, ce sont ces hommes et ces femmes qui lui apportent une compétence chaque jour plus grande.



**Anne-Jacques
de Dinechin**
Directeur général
de Verlingue



QUE PEUT APPORTER SELON VOUS LE COURTAGE AU MONDE ÉCONOMIQUE ?

Nous vivons dans un monde qui change. Jusqu'au début des années 2020, les tarifs d'assurances étaient relativement bas, et les assureurs – compagnies et courtiers – devaient vendre un large panel de couvertures pour couvrir leurs propres frais de fonctionnement. Avec des tarifs en forte hausse et des capitaux d'assurance plus rares, les clients vont désormais devoir choisir entre les risques qu'ils souhaitent – et doivent – transférer aux assureurs, et ceux dont ils conserveront la responsabilité. On comprendra dès lors que le rôle du courtier s'en trouve renforcé puisque c'est à lui que reviendra la mission de guider son client dans ses choix, tant pour améliorer la

prévention, que pour l'informer de la menace effective qui pèse sur lui en conservant certains risques à sa charge ; et pour ce faire, il lui faudra évidemment connaître le cœur même de son activité.

Guider son client, et anticiper aussi dans le cas de nouveaux développements ou de nouvelles créations, avec la survenance de nouveaux risques, les uns liés aux changements climatiques, ou bien à l'informatique ou la cybersécurité... Autant de risques que l'entreprise devra bien connaître et analyser avant de décider d'en transférer une part et de conserver l'autre, selon les coûts de ces transferts.

Ainsi, chaque fois qu'une entreprise devra couvrir un risque – et même dans le cas où elle crée une « captive », avec les exigences réglementaires et financiers que cela pose - le courtier sera au centre du jeu, aux côtés du chef d'entreprise : cette expertise d'un secteur d'activité, de l'entreprise elle-même, en font l'allié, le partenaire le plus à même d'analyser la réalité du risque et d'en organiser la prévention.

Pour toutes ces raisons, et au fur et à mesure que la vie des affaires deviendra plus complexe, le rôle du courtier sera de plus en plus important, aux côtés du chef d'entreprise. ●

Durabilité & courtage d'assurance

PAR MARIE BETOLAUD, RESPONSABLE JURIDIQUE MÉTIER
ET CONFORMITÉ DE PLANETE CSCA

La réglementation applicable au secteur de l'assurance intègre progressivement les enjeux liés à la responsabilité environnementale et sociétale et à la durabilité définie en 1987 dans le Rapport Brundtland des Nations Unies comme la « satisfaction des besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire leur propre besoin ».

À la suite des alertes répétées de la communauté scientifique sur le changement climatique ont été adoptés aux niveaux international et européen une série d'accords (par ex. l'Accord de Paris de 2015 ou l'European Green Deal de 2019) visant à répondre aux enjeux de la durabilité. Identifiés comme acteurs majeurs du changement, les services financiers ont fait l'objet d'une attention particulière du législateur européen et français avec pour objectif de favoriser les activités économiques ayant un impact positif sur l'environnement, le climat, les droits de l'homme et la lutte contre la corruption. Concrètement, cette attention s'est traduite par l'élaboration d'un corpus réglementaire extrêmement fourni et complexe qui touche l'ensemble des métiers de l'assurance.

En pratique, les courtiers d'assurance

sont impactés par cette réglementation en tant que co-concepteurs et distributeurs de produits d'investissements assurantiers-Axe produit¹ et en tant que structure devant s'inscrire dans une démarche durable-Axe corporate².

Les obligations applicables aux courtiers en tant que co-concepteurs et distributeurs de produits d'assurance-Axe produit

Plusieurs textes européens ou français visent à imposer, notamment aux courtiers d'assurance, de prendre en compte le facteur de durabilité dans l'exercice de leur activité de co-concepteurs et de distributeurs de produits d'assurance.

Il est important de signaler qu'à ce stade les textes ne concernent que les courtiers qui distribuent des produits d'investissement assurantiers ; ceux qui distribuent des produits non-vie ne sont pas encore impactés par des obligations réglementaires en matière de durabilité mais peuvent être contractuellement soumis à certaines exigences par des porteurs de risques qui souhaitent intégrer des facteurs de durabilité au niveau des produits non-vie.

Les obligations applicables aux courtiers co-concepteurs de produits d'investissement assurantiers

S'agissant des courtiers co-concepteurs de produits d'assurance, la réglementation issue de la DDA et de la loi PACTE leur impose de respecter, en lien avec leur partenaire assureur, un certain nombre d'exigences liées à la conception des produits (y compris s'agissant du choix des actifs sous-jacents qui doivent faire référence à un nombre minimal d'« UC labellisées vertes ») et à l'information précontractuelle qui doivent désormais intégrer le facteur durabilité. À cet égard, s'agissant de la conception de produits d'assurance « verts », les autorités de contrôle européenne et nationale ont récemment insisté sur l'interdiction de pratiquer le « green washing », méthode de marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'argument écologique de manière trompeuse pour améliorer son image.

¹Le règlement délégué 2017/2358 du 21/09/2017 précise que : « Un intermédiaire d'assurance devrait être considéré comme un concepteur de produits d'assurance lorsqu'il ressort d'une analyse globale de son activité, au cas par cas, qu'il décide de manière autonome des particularités essentielles d'un produit d'assurance et de ses principaux éléments, y compris la couverture, les coûts, les risques, le marché cible ou les droits d'indemnisation ou de garantie ».

²Voir art. 1833 du code civil : « Toute société doit avoir un objet licite et être constituée dans l'intérêt commun des associés. La société est gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité. »

Les obligations applicables aux courtiers distributeurs de produits d'investissement assurantiers

En application d'un règlement délégué du 21/04/2021 pris en application de la DDA, les courtiers d'assurances doivent désormais, en tant que distributeurs de produits d'investissement assurantiers, prendre en compte les préférences de leur client en matière de durabilité et les intégrer dans les investissements proposés.

De cette nouvelle exigence découlent un certain nombre d'obligations pour les courtiers vis-à-vis de leur devoir de conseil et de leur rémunération lesquels, à l'instar de ce qui est exigé pour la conception des produits, doivent désormais prendre en compte le facteur durabilité.

Les obligations applicables aux courtiers en tant que structure durable-Axe Corporate

Les obligations issues de la loi PACTE et du règlement SFDR

En application de la loi PACTE, le cabinet de courtage, personne morale, doit être géré en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité .

Par ailleurs, le règlement européen SFDR³ impose aux cabinets de plus de trois collaborateurs qui distribuent des produits d'investissements assurantiers de respecter un certain nombre d'exigences liées à la publication d'informations sur la manière dont les courtiers intègrent le facteur durabilité.

Les obligations issues de la loi AGECE

Par ailleurs, en application de la loi AGECE dont l'objet est de lutter contre le gaspillage et de promouvoir l'économie circulaire, les courtiers doivent également respecter certaines obligations liées à la mise sur le marché d'imprimés papier destinés aux ménages.

Les obligations issues de la directive CSRD⁴

Cette nouvelle directive européenne vient harmoniser le reporting « durabilité » des entreprises (tous secteurs) et améliorer la disponibilité et la qualité des données ESG publiées ; ce nouveau texte adopté fin 2022 permettra de répondre aux besoins d'information des acteurs financiers dans le cadre de leurs décisions d'investissement.

Chaque entreprise concernée devra donc publier annuellement un rapport de gestion en matière de durabilité selon un standard commun qui sera audité et certifié par un organisme indépendant. Cette exigence de reporting s'imposera dans le temps de manière échelonnée selon la taille des structures.

Seules les plus grosses structures⁵ seront concernées par les exigences de reporting imposées par cette nouvelle réglementation.

³Sustainable Finance Disclosure Regulation : règlement du 10/03/2021 relatif à la publication d'informations en matière de durabilité dans le secteur des services financiers.

⁴Corporate Sustainability Reporting Directive : directive européenne du 14/12/2022 sur la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises.

⁵Entreprises qui remplissent deux des critères suivants : Plus de 250 salariés, Plus de 40 M€ de chiffres d'affaires, Plus de 20 M€ de total de bilan.

Durabilité & courtage d'assurance

Nouvelles obligations à venir

Plusieurs textes sont en cours d'adoption au niveau français et européen en matière de durabilité qui vont également impacter l'activité des courtiers d'assurance. Il s'agit notamment du **projet de loi industrie verte** lequel, dans le prolongement de la loi PACTE, vise, notamment, à orienter les décisions d'investissement des Français vers l'industrie verte ; dans le cadre de cette loi devraient, en outre, être adoptés deux textes d'application liés à la formation professionnelle des distributeurs d'assurance qui devra prendre en compte le thème de la transition écologique.

Il s'agit également d'une **proposition de directive relative au devoir de vigilance des entreprises en matière de durabilité-CS3D** (Corporate Sustainability Due Diligence Directive) qui est en cours d'adoption au niveau européen ; son objectif est de favoriser un comportement durable et responsable des entreprises tout au long des chaînes de valeur (fournisseurs, sous-traitants, clients...) en plaçant le devoir de vigilance au cœur de la stratégie de toutes les entreprises. Les intermédiaires d'assurance ne sont pas visés par cette nouvelle réglementation mais les assureurs devront s'y conformer et vérifier que leurs partenaires commerciaux (notamment les courtiers) sont « durables » au sens de la directive.

Les courtiers seront donc indirectement impactés par cette réglementation et devraient dès à présent s'y préparer en s'engageant dans une démarche RSE qui permettrait notamment de prouver aux assureurs et clients qu'ils ont intégré les facteurs de durabilité dans le cadre de leur activité.

À cet égard, les courtiers peuvent recourir à des prestataires extérieurs qui proposent des diagnostics RSE, comme Zei accessible aux adhérents de PLANETE CSCA (voir article page 22). Il est également possible de mettre en place/publier de manière volontaire, dès à présent, au niveau des cabinets une politique écrite qui détaille la manière dont la durabilité est prise en compte à tous les niveaux de la structure.

Pour les cabinets de courtage personnes morales, il est également possible d'aller encore plus loin en adoptant le statut de « Société à mission » introduit par la loi PACTE déjà citée. Il s'agit d'affirmer publiquement sa raison d'être, ainsi qu'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux que le cabinet se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité (voir article page 10).

Qu'il s'agisse de distribuer des produits durables ou d'inscrire un cabinet de courtage dans une démarche durable, force est de constater que la pression

réglementaire s'est considérablement accentuée et qu'il est difficile aujourd'hui d'ignorer le sujet de la durabilité.

L'on peut évidemment relever la complexité et l'enchevêtrement des textes en matière de durabilité que ce soit au niveau national ou européen qui va encore alourdir les contraintes à la charge des cabinets de courtage mais l'on peut aussi envisager de tirer parti de ces nouvelles exigences pour en faire un avantage business que ce soit vis-à-vis de vos partenaires assureurs ou de vos clients lesquels sont de plus en plus attentifs et sensibles au sujet de la durabilité. ●





PLANETE CSCA RH

Des modules sur la RSE en préparation

Votre plateforme de formation digitale en ligne s'enrichit pour mieux vous accompagner et vous proposer des formations répondant à vos besoins et aux évolutions réglementaires. Ainsi un parcours de formation sur la RSE, éligible DDA, est en cours d'élaboration, il se composera des modules suivants :

- Les fondamentaux de la RSE
- Le cabinet de courtage, une organisation responsable
- La RSE au cœur de la chaîne de valeur du cabinet de courtage
- La prise en compte de la durabilité par les courtiers d'assurances



Ces modules seront disponibles à compter de début 2024.

Pour plus d'informations



planetecscarh.com

Contact

Sandrine Pescheur

01 47 76 58 45 / spescheur@planetecscarh.com

SOLUTION DO

Vous souhaitez apporter à vos clients une solution dommages-ouvrage simple, complète et sécurisée en bénéficiant de l'expertise du premier assureur dommages-ouvrage du marché.

Consultez-nous en rejoignant le portail Solution DO sur votre **espace adhérent Planète CSCA**.

Découvrez notre offre DO/TRC, obtenez un projet et souscrivez en ligne pour les opérations de construction ou de rénovation d'ateliers, bureaux, locaux professionnels, commerces, maisons individuelles...

Cette solution est proposée en co-courtage avec ACSBTP, cabinet de courtage de SMABTP.

SMA
BTP

VOTRE ASSUREUR PARTENAIRE



Contact

Email : solutiondo@smabtp.fr

Tel : +33(0) 1 40 59 70 42



AMANDINE



MATTHIEU

**CULTIVONS NOTRE
INDÉPENDANCE
POUR ASSURER
VOTRE SATISFACTION**



SANDRINE



CAROLINE



THOMAS



S'engager pour une société apaisée,
c'est notre raison d'être.
Transformer les conflits
en accords durables,
c'est notre raison d'agir.

www.cfdp.fr



Protection juridique indépendante



CGPA

vivre votre profession avec assurance



VOTRE RC PRO VOUS AIDE AUSSI À PRÉVENIR LES RISQUES CYBER

Les risques liés aux technologies numériques ne cessent d'augmenter et peuvent affecter votre activité. C'est pourquoi CGPA, leader de la RC Pro des intermédiaires d'assurance, a décidé d'offrir à ses clients un programme de services en ligne leur permettant de mieux identifier les menaces cyber et d'améliorer leurs réflexes pour s'en prémunir.

QUIZ ET REPÈRES PRATIQUES
DÉTECTION DE FUITE D'ADRESSES MAILS
PHISHING GAME

www.cgpa.fr